

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA VI

(Opinión Pública y Cultura de Masas)



TESIS DOCTORAL

La agenda *setting* y el *framing* en situaciones de crisis

Estudio de caso la cobertura informativa en *La Jornada* y el *Reforma* sobre el desafuero del Jefe de Gobierno de la Ciudad de México

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Alejandro Macedo García

DIRECTORA

María Lourdes Vinuesa Tejero

Madrid, 2017



Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Ciencias de la Información
Departamento de Sociología VI: Opinión Pública y Cultura de Masas

La agenda *setting* y el *framing* en situaciones de crisis

Estudio de caso la cobertura informativa en *La Jornada* y
el *Reforma* sobre el desafuero del Jefe de Gobierno de la
Ciudad de México

Alejandro Macedo García
DIRECTORA: Dra. María Lourdes Vinuesa Tejero
MADRID, 2015



Licencia Creative Commons 3.0 España.

Reconocimiento - Compartir Igual (by-sa)

Usted es libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra
- Hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:

- Reconocimiento: Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).
- Compartir bajo la misma licencia: Si transforma o modifica esta obra para crear una obra derivada, sólo puede distribuir la obra resultante bajo la misma licencia, una similar o una compatible.

Licencia completa en: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/es/legalcode.es>

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN	7
2. INTRODUCCIÓN	12
3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS	27
4. RESUMEN / <i>ABSTRACT</i>	30
5. LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN.	40
5.1. EL ESTUDIO DE LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: <i>MASS COMMUNICATION RESEARCH</i>	42
5.1.1. Primeras teorías de los <i>mass media</i> . Efectos totales.....	45
5.1.2. Segunda etapa. Efectos mínimos o limitados	50
5.1.3. Tercera etapa. Efectos poderosos.	57
5.1.4. Nuevas teorías de la comunicación de masas	69
6. LA CONFORMACIÓN DE LA REALIDAD	77
6.1. TEORÍA DE LA <i>AGENDA SETTING</i>	89
6.1.1. Las agendas.....	91
6.1.1.1. La agenda de los medios.....	92
6.1.1.2. La agenda pública.....	95
6.1.2. El <i>gatekeeper</i> en la <i>agenda setting</i>	102
6.1.3. La relevancia en la <i>agenda setting</i>	103
6.1.4. Factores de influencia de la <i>agenda setting</i>	105
6.1.5. Fases de la <i>agenda setting</i>	110
6.1.5.1. Primer nivel de la <i>agenda setting</i>	112
6.1.5.2. Segundo nivel de la <i>agenda setting</i>	117
6.2. TEORIA DEL <i>FRAMING</i>	123
6.2.1. Orígenes del <i>framing</i>	126
6.2.1.1. Interaccionismo simbólico.....	128
6.2.1.2. Fenomenología	129
6.2.1.3. Etnometodología.....	130
6.2.2. Erving Goffman y el <i>Frame Analysis</i> , <i>Los marcos de la experiencia</i>	132
6.2.3. La teoría del <i>framing</i> en la sociología de los movimientos sociales	140
6.2.3.1. Puente entre marcos (<i>frame bridging</i>)	142
6.2.3.2. Ampliación de los marcos	143
6.2.3.3. La extensión de los marcos.....	144
6.2.3.4. Transformación de marcos	145
6.2.3.5. Enmarcado del diagnóstico.....	148
6.2.3.6. Enmarcado del pronóstico	149
6.2.3.7. Enmarcado de motivos	149
6.2.3.8. Protagonistas, antagonistas y audiencias	153
6.2.4. El <i>frame</i> y <i>framing</i> en los medios masivos de comunicación	156
6.2.5. El <i>priming</i>	164
7. COMUNICACIÓN DE CRISIS	169
7.1. COMUNICACIÓN DE Y EN CRISIS.....	176
7.2. CRISIS INTERNA Y EXTERNA.....	179
7.2.1. Crisis anunciada.....	187

7.2.2. Crisis explosiva.....	187
7.3. PLAN DE GESTIÓN DE CRISIS.....	188
7.4. NIVELES DE LAS CRISIS	193
7.5. FASES DE LA CRISIS	197
7.5.1. Pre-crisis	197
7.5.2. Crisis	198
7.5.3. Postcrisis	199
7.6. LAS CRISIS EN LA AGENDA SETTING Y EN LA TEORÍA DEL FRAMING	200
8. MÉXICO CONTEMPORÁNEO Y SUS MEDIAS	205
8.1. ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: PRD	223
8.2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO	226
8.2.1. <i>La Jornada</i>	242
8.2.2. <i>Reforma</i>	246
9. METODOLOGÍA.....	252
10. ESTUDIO DE CASO: EL DESAFUERO DE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR.....	269
10.1. HISTORIA DEL DESAFUERO	272
10.2. LA AGENDA MEDIÁTICA, UN AÑO DE SEGUIMIENTO	281
10.2.1. La cobertura de la crisis.....	282
10.2.2. La cobertura de la crisis mes a mes	284
10.3. UNA CRISIS POLÍTICO-GUBERNAMENTAL-ELECTORAL.....	286
10.3.1. La crisis día a día	286
10.4. LAS ETAPAS DE LA CRISIS A TRAVÉS DE LOS TITULARES Y PIES DE FOTOS EN LAS 8 COLUMNAS DEL DESAFUERO	293
10.4.1. Pre-crisis	293
10.4.2. Inicio de la crisis.....	296
10.4.3. Desarrollo de la crisis	297
10.4.4. Madurez de la crisis	299
10.4.5. Primer declive de la crisis.....	302
10.4.6. Repunte de la crisis.....	304
10.4.7. Declive final de la crisis	308
10.5. COINCIDENCIA EN LA TEMPORALIDAD, DIVERGENCIA EN LA COBERTURA DURANTE LAS ETAPAS DE LA CRISIS	311
10.5.1. Los encuadres según la etapa de la crisis	312
10.6. NUEVE DÍAS DEL DESAFUERO, LA MADUREZ DE LA CRISIS.....	329
10.6.1. Variables	330
10.6.2. Resultados según variables cuantitativas y cualitativas	331
10.6.2.1. Fecha y medio.....	331
10.6.2.2. Género periodístico y medio.....	335
10.6.2.3. Página y medio	347
10.6.2.4. Sección y medio.....	352
10.6.2.5. Generador o fuentes de la información y medio.....	355
10.7. EL USO DE ATRIBUTOS Y/O ENCUADRES EN LA ETAPA DE MADUREZ DE LA CRISIS DEL DESAFUERO	366
10.7.1. Frecuencia del sesgo	370
10.7.2. Análisis según variables cruzadas	372
10.7.2.1. Fecha – medio – sesgo.....	372
10.7.2.2. Página – medio – sesgo	375

10.7.2.3. Sección – medio – sesgo.....	377
10.7.2.4. Género – medio – sesgo.....	378
10.7.2.5. Generador – medio – sesgo	389
11. CONCLUSIONES.....	422
11.1. LA CRISIS DEL DESAFUERO	423
11.2. EL PAPEL DE <i>LA JORNADA Y REFORMA</i> A LO LARGO DE LA CRISIS	425
11.2.1. La madurez de la crisis	427
11.2.2. Uso de atributos y encuadres en la etapa de madurez	430
11.2.3. Conformación de campos de identidad en la madurez de la crisis.....	433
11.2.4. Identificación de encuadres en la crisis del desafuero.....	436
11.3. CONCLUSIONES FINALES	438
12. BIBLIOGRAFÍA.....	441
13. ANEXOS.....	463
Anexo I. Base de datos del 13 de mayo de 2004 al 13 de mayo de 2005 <i>La Jornada y Reforma</i>	463
Anexo II. Base de datos del 2 al 10 de abril de 2005 <i>La Jornada y Reforma</i>	465
Anexo III. Listado de atributos, adjetivos, calificativos, adverbios y marcos de referencia	487

PRIMERA PARTE

1. PRESENTACIÓN

Vivimos en una sociedad mediada y mediatizada por los medios masivos de comunicación (MMC), también conocidos como *mass media*, entre los que se encuentran la televisión, radio, prensa, cine y en los últimos años el Internet. Esto se debe a que son el principal enlace entre los individuos y los diversos acontecimientos que se registran en un entorno amplio y heterogéneo como el de las sociedades modernas.

La mediación conduce, a su vez, a la conformación de una sociedad permanentemente mediatizada. Lo anterior, como consecuencia del consumo constante y continuo de los MMC, lo que conlleva a que gran parte del conocimiento de las personas sea adquirido a través de estos medios.

Los fenómenos de mediación y mediatización, hacen relevante la información que es presentada por los medios de comunicación, quienes a su vez generan procesos para influir sobre los temas que son prioritarios para los ciudadanos.

La cotidianeidad e intensidad de la información en los medios masivos de comunicación pueden provocar, para el ciudadano común, que pase desapercibida la importancia que le imprimen los medios de comunicación a los temas que transmiten, así como las características, adjetivaciones o sesgo que insertan, por lo cual es imperante y necesario estudiar cómo los medios establecen estrategias que les permitan determinar la importancia y relevancia de la información noticiosa.

Dentro de las ciencias sociales estos análisis han sido objeto de investigación permanente. En los últimos años los estudios sobre los medios masivos de comunicación han sido abordados desde dos perspectivas: la *Agenda Setting* o Establecimiento de la Agenda y el *Framing* o Teoría del Encuadre. La primera de ellas cuenta con más de 40 años de desarrollo y presenta un continuo desarrollo hasta nuestros días, lo que la hace ser un paradigma en el estudio de los *mass media* en el mundo.

Maxwell McCombs (McCombs y Luna Pla, 2003), uno de los padres de la teoría de la *agenda setting*, la define como aquella estrategia analítica que busca dar cuenta de lo que ocurre cuando los elementos que son relevantes en la agenda de los medios de comunicación, durante un periodo relativamente corto, se convierten también en prioritarios en la agenda del público. En un primer nivel, la teoría de la *agenda*

setting plantea que la influencia de los medios, ha demostrado que establece en qué piensa la gente acerca de cierto tema. Posteriormente se planteó un segundo nivel, el referente al efecto del cómo se piensa; mismo que implica un acercamiento a la audiencia y a su relación con los medios. En esto juega un papel fundamental la educación y el interés particular –o la necesidad de información– de cada individuo.

Los enfoques dados en otras partes del mundo a la *agenda setting* abordan, principalmente, asuntos de carácter electoral. Sin embargo, es justamente McCombs (2006) quien subraya la amplitud de asuntos en los que puede aplicarse la teoría de la *agenda setting* como instrumento de investigación:

“Más recientemente, la teoría del establecimiento de la agenda se ha extendido a los candidatos políticos y otras figuras públicas, en concreto a las imágenes que retiene el público de esos individuos y a las contribuciones de los medios de difusión a dichas imágenes públicas. Esa agenda de temas ampliada –las figuras públicas, así como los asuntos públicos– marca una importante expansión teórica a partir del comienzo del proceso de comunicación –a qué asuntos prestan atención el público y los medios y cuáles consideran importantes– a un nivel ulterior: cómo perciben y entienden los medios y el público los detalles de dichos asuntos. A su vez, este segundo nivel constituye la estrategia inicial para acotar las consecuencias del papel como fijadores de agenda de los medios de difusión, en las entidades, las opiniones y los comportamientos” (McCombs, 2004: 18).

La posibilidad de establecer temas y aspectos –o lo que se denomina encuadres– como lo demuestran los estudios de la teoría de la *agenda setting*, en la información que transmiten los medios masivos de comunicación a la población, genera una disputa por el establecimiento de la agenda en sus temas y en los encuadres. Concepto que ha sido analizado por Fermín Bouza Álvarez (1998) (2004) como “batalla por la agenda”, la cual consiste en la disputa de los actores que se ven involucrados en y con los medios de comunicación para establecer el en qué pensar y cómo pensar sobre el o los temas, personas y objetos que se presentan en los medios.

La disputa por establecer la agenda permitirá transmitir el qué y el cómo a una sociedad mediada y mediatizada; esta batalla se exponencializa en situaciones de crisis, y más en las de carácter político, debido a que registra una amplia cobertura por los medios de comunicación, al contar con las características que buscan los receptores de las noticias y por la intervención de actores que pueden verse perjudicados, y otros, muy probablemente, beneficiados.

Dentro de situaciones de crisis, la batalla por la agenda en lo que respecta a su primer nivel o en el tema –el en qué pensar-, se encuentra establecida por la propia crisis, por lo que en los contextos adversos la batalla por el establecimiento de la agenda será a través del posicionamiento de encuadres; en el segundo nivel de la agenda o del *framing*, en el cómo pensar sobre los actores involucrados en la situación de crisis.

En las últimas décadas las situaciones de crisis se han incrementado, debido principalmente a la competencia entre los medios masivos de comunicación por la cobertura de eventos de carácter crítico. Dicha competencia ha sido generada por el aumento en el número de medios y la modernización de éstos con nuevas tecnologías que permiten una mayor movilidad y rapidez en la transmisión de la información.

El estudio de caso que aquí presentamos se inicia como un problema judicial entre un particular y el gobierno del Distrito Federal, cuando éste último expropia el terreno, denominado “El Encino”, para la construcción de una avenida en una de las zonas de mayor plusvalía en México. Situación que se transformó en la crisis del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, con un *framing* político-gubernamental-electoral.

El cambio a una crisis político-gubernamental-electoral se debió al involucramiento de actores de todo tipo: políticos, sociales, religiosos, extranjeros, y principalmente los mediáticos, quienes no solamente informaron, sino actuaron a favor y/o en contra del Gobierno del Distrito Federal, encabezado por Andrés Manuel López Obrador, quien en ese momento era el aspirante a vencer para la elección de Presidente de la República en el año 2006.

El suceso, antes señalado, contó con las características de una crisis y con una cobertura mediática muy amplia, por lo que el tema se encontraba en la agenda mediática, política y pública. Es así que, los involucrados, protagonistas, antagonistas y audiencias, incluidos los *mass media*, buscaron influir en el tema a través de la utilización de encuadres con una extensa gama de actores, y de esta forma beneficiar o perjudicar a los principales actores inmiscuidos en el desafuero del gobernante capitalino.

El desafuero del entonces Jefe de Gobierno presentó además características de una disputa electoral dentro de una campaña permanente, debido a la proximidad de la elección de Presidente de la República, en julio de 2006. Proceso electoral *sui generis* en la historia de México, al convertirse en el más competido y cerrado de la vida político-electoral del país hasta ese momento.

El presente trabajo de investigación se dividirá en cuatro partes. La primera corresponde la presentación del trabajo, introducción, objetivos e hipótesis junto con su contextualización y justificación (capítulos 1, 2, 3 y 4).

La segunda introducirá los planteamientos que son ejes centrales en la investigación, marco teórico y estado de la cuestión (capítulos 5 al 8). El primero de ellos describe brevemente las principales teorías y estudios de los medios masivos de comunicación del último siglo, a partir de las tres etapas que presenta Antonio Lucas Marín (1999). Iniciando con los medios omnipotentes, pasando por los efectos limitados y finalizando con los efectos poderosos de los medios (Capítulo 5 y 6). En el capítulo 6.1, se aborda la teoría de la *agenda setting*, a través de un análisis histórico de la teoría de McCombs y Shaw, sus principales características, aportaciones y planteamientos teóricos como parte fundamental del establecimiento de la agenda en el primer nivel, y en su segundo nivel. Para el capítulo 6.2 se estudia el concepto de *framing* o encuadre, de Erving Goffman, que ha sido aplicado a las más diversas áreas de estudio y más recientemente a los medios masivos de comunicación con grandes aportaciones.

En el mismo bloque (segunda parte), como capítulo 7, se analizan las características de las situaciones de crisis, sus tipos y etapas, así como la cobertura de los medios de comunicación en situaciones críticas; mismos que generan información relevante, la cual es transmitida a los individuos. Los medios pueden generar más o menos efectos en función del tipo de cuestión a la que se puedan referir. Para este caso se han considerado que las situaciones de crisis política, son situaciones en las que intervienen los más diversos actores y principalmente los medios, la mayoría de ellos para influir en el desenlace de la crisis. Son un caldo de cultivo muy interesante para este tipo de análisis, especialmente, cuando se trata de situaciones de crisis relacionadas con el entorno político y con contiendas electorales. De ahí que le sea dedicado un último capítulo dentro de este marco teórico a la comunicación en situaciones de crisis.

Para la comprensión del contexto en el que se desarrolla la crisis el desfuerzo, se realizó el capítulo de México contemporáneo y sus media (capítulo 8), el cual permite comprender el entorno en el que se suscitó la situación crítica; y además identificar el uso de encuadres para la época y para los mexicanos. En el mismo capítulo se realiza un análisis histórico de la conformación actual de los medios masivos de comunicación en el país y en particular de los dos diarios que forman parte del estudio.

En el tercer apartado se presenta la metodología y el estudio de caso. En La metodología (Capítulo 9) a aplicar para el estudio de caso, realizamos un breve

recorrido sobre el análisis de contenido a través de autores como Krippendorff, Bardin, Ortega, Piñuel, Abela, para ajustarlo al estudio de caso; asimismo se hizo uso del diferencial semántico de Osgood, y del análisis de aserción evaluativa de Bardin, lo cual permitió cumplir con los puntos fundamentales de la investigación, con los objetivos e hipótesis del presente trabajo.

En el capítulo 10 se presenta el estudio de caso, el desafuero de Andrés Manuel López Obrador, así como una breve reseña histórica del desafuero (capítulo 10.1), que tiene su génesis como un problema jurídico y finaliza como una crisis político-gubernamental-electoral. En el 10.2 y 10.3 se aborda el análisis de 12 meses de la crisis del desafuero, para determinar la cobertura mediática de la crisis por los diarios *La Jornada* y *El Reforma* de forma cuantitativa, mismo que permitió definir las etapas de la crisis (capítulo 10.4) y los encuadres (capítulo 10.5) utilizados en toda la situación crítica etapa por etapa.

En el capítulo 10.6 se presentan de forma cuantitativa y con elementos cualitativos periodísticos los nueve días de la etapa de madurez de la crisis del desafuero, tiempo en el que se incrementa la cobertura mediática y se presentan dos fechas fundamentales, el 1 y 8 de abril, definitivas para el retiro del fuero constitucional y separación del cargo del Jefe de Gobierno del Distrito Federal.

Para el capítulo 10.7 se analizan de forma detallada la etapa de madurez, en los cuales los actores involucrados, protagonistas, antagonistas y las supuestas audiencias hicieron uso atributos, adjetivos, calificativos, adverbios y encuadres para el establecimiento del segundo nivel de la teoría de la *agenda setting* y de *framings*, como parte de la estrategia de comunicación de crisis en el desafuero del Jefe de Gobierno de la Ciudad de México.

Finalmente, la última parte de nuestro estudio que corresponde al capítulo 11, se presentan los resultados obtenidos y las apreciaciones finales del trabajo de investigación desarrollado, para dar respuesta a los objetivos e hipótesis planteados al inicio de nuestro estudio.

2. INTRODUCCIÓN

En el primer semestre del 2005 se registró en México una crisis político-gubernamental-electoral: el desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador. Una crisis que quedó registrada ampliamente en los medios masivos de comunicación, y en el que intervinieron los más diversos actores políticos y sociales. Se convirtió así en el principal tema en la agenda mediática, política y pública del 2 al 10 de abril del 2005.

Los actores políticos y mediáticos que se involucraron en el tema del retiro del fuero constitucional a López Obrador buscaron controlar la información y establecer atributos favorables o desfavorables sobre el tema con la finalidad de influir en la opinión pública mexicana. Como establece Manuel Castells “el poder se basa en el control de la comunicación y la información, ya sea el macropoder del estado y de los grupos de comunicación o el mismo micropoder de todo tipo de organizaciones.” (2009: 23). Esto fue posible observarlo de forma amplia en el caso que es objeto de esta tesis.

¿Hasta dónde influyen los medios masivos de comunicación en los individuos y en los colectivos?, es una de las principales interrogantes e investigaciones que se realizan los estudiosos de los medios. Desde los inicios de *mass communication research*, hasta las teorías de los efectos totales, pasando por los efectos limitados, el objetivo es localizar los efectos poderosos de los medios. Las discusiones son amplias y siempre contradictorias, pero no se pone en duda que existe algún tipo de influencia de los medios en las personas tanto individual como colectivamente.

Por ello, para quienes detentan y tienen acceso a los *mass media* el uso de estos últimos es fundamental para dar a conocer a la sociedad los acontecimientos de cualquier tipo, en la medida en que les permite exponer, modificar, establecer y hasta definir las características o atributos de un tema ante amplios públicos. Es sin lugar a dudas un poder al que pocos tiene acceso, pero central para mantener el poder. Como establece Castells “el poder es algo más que comunicación y comunicación es algo más que poder. Pero el poder depende del control de la comunicación” (2009: 23).

La influencia y poder de los medios masivos de comunicación es utilizado tanto por los propios media como por los actores que logran tener acceso a éstos y difunden así puntos de vista o encuadres en las audiencias. Uno de los momentos en qué esto resulta más evidente son las situaciones de crisis en las que más se busca intervenir para establecer los atributos que más les conviene. Esto se debe a que en dichas situaciones

se expone con mayor crudeza el principal intangible de cualquier organismo: su imagen. Una de las principales contribuciones que la teoría de la *agenda setting* – establecimiento de la agenda– ha aportado en los cientos de estudios que se han llevado durante sus más de 40 años de existencia, es que los *mass media* tienen la capacidad de establecer el en qué deben pensar las personas, y en conjunto con la teoría del *framing*, el cómo deben de pensar.

El poder de establecer el en qué pensar, es el primer referente de la *agenda setting*. Como tal lo encontramos en *The agenda-setting function of the mass media* (McCombs y Shaw, 1972), estudio pionero sobre el tema, en el cual los autores llegan a la conclusión de que existe una alta correlación entre la relevancia de los temas o *issues* publicados en los medios de comunicación y los asuntos que son de importancia para la ciudadanía. McCombs y otros autores señalan, en posteriores estudios, que los medios masivos de comunicación no tienen solamente la capacidad para decirnos en qué pensar, el establecer los temas, sino que contribuyen considerablemente a establecer la imagen o percepción que tendrán los individuos sobre los asuntos que se encuentran en los propios medios. Esto se ha denominado el segundo nivel de la *agenda setting* o teoría del *framing* –encuadre–, que implica que los medios masivos de comunicación presentan encuadres o atributos que son captados por los consumidores a través de ellos, influenciando de alguna manera en como se encuadran personajes y temas.

Los diversos estudios de la *agenda setting* que se han llevado a cabo demuestran la existencia de una correlación entre los temas que presentan los medios de comunicación y los *issues* que se encuentran y son de atención para la población. “La hipótesis central sometida a comprobación en tales estudios en los primeros años setenta, estribó en que la magnitud del énfasis y cobertura mediáticos sobre diversos temas induce al cabo del tiempo a que la gente considere que esos temas revisten determinados grados de importancia. En otras palabras, la jerarquización temática realizada por los medios (la ‘agenda’ o repertorio mediático) se convierte con el tiempo en la ‘agenda pública’ o repertorio público” (Weaver, 1993: 229).

La correlación que se registra entre la agenda mediática se demuestra a través del análisis de contenido o estudios cuantitativos y cualitativos sobre lo que se publica en los medios masivos de comunicación. La agenda pública es a través de lo que piensa la gente por medio de encuestas y grupos de discusión principalmente, y donde se trata de responder a la clásica pregunta: ¿Cuál o cuáles son los principales problemas en su ...?, que es redactada de diversas formas.

Debemos tener en cuenta que vivimos en una sociedad mediada y mediatiza, en un constante y permanentemente consumo de los medios masivos de comunicación, por lo que los individuos se forman a través de éstos no sólo “una idea de determinados hechos, (sino) también reciben sutiles (aunque efectivos) mensajes sobre qué temas y personas son los más importantes” (McCombs y Luna Pla, 2003: 27). Los medios de comunicación en este aspecto son parte fundamental en la formación de la percepción que tienen los individuos de su entorno, de su realidad, sin olvidar que existen ocasiones en las cuales la gente no necesita de los medios masivos de comunicación para informarse o conocer el acontecimiento.

No hay que olvidar que los diversos medios masivos de comunicación, así como sus soportes, influyen de manera diferente, de acuerdo con las características de los propios medios y de las personas, por lo que se registra un efecto diferente en cada individuo o grupo social. Estos no son pasivos, ni son influidos totalmente por los medios, como se señalaba en los primeros estudios de las teorías de comunicación, caracterizados en su forma más extrema por la teoría de la aguja hipodérmica¹. Al contrario los sujetos cuentan con métodos de defensa o selección de la información, como lo establece la teoría de usos y gratificaciones².

Debemos de tener en cuenta que una de las principales características de los países democráticos es la libre competencia en distintos aspectos. La supuesta inexistencia de monopolios, se traduce en términos mediáticos en la libertad de los individuos de elegir entre una amplia gama de productos, servicios, establecimientos, lugares y marcas, hasta personas, como en las contiendas por un puesto de elección popular. La libertad de seleccionar provoca la competencia y disputa por los consumidores o electores a través de los diversos medios de comunicación, entre ellos los masivos. Las premisas de la teoría de la agenda parten de este supuesto, donde los medios de comunicación en muchas ocasiones son los encargados de establecer los temas, problemas y personas en la opinión pública, así como los atributos de éstos, en otras palabras, de lo qué hablarán los individuos y además de cómo lo percibirán. Esto es lo que permite discutir sobre el establecimiento de encuadres o atributos.

¹ La teoría de la bala mágica, paradigma prominente en los años 1920 a 1940, es resumida por DeFleur y Dennis (1996) en que los medios de comunicación de masas generaban efectos poderosos, uniformes y directos en las audiencias.

² La hipótesis de los usos y gratificaciones, que surge en la década de 1940, subraya que los consumidores responden de forma diferentes a los medios, pasando de los usos como funciones a las funciones de los usos, por lo que se debe de estudiar no solamente lo que los medios hacen con la gente, sino lo que la población hace con los medios como lo explica Katz (1959).

Hay discusiones sobre si es lo mismo el segundo nivel de la teoría de la *agenda setting* y la teoría del *framing*. Se puede considerar que ambas buscan los encuadres y atributos a través de los medios masivos de comunicación. García, Echart y Canel apuntan que “consideramos que el *framing* es un modo de acercarse al análisis de la cobertura que se diferencia de la teoría de la *agenda setting* y del *priming*: mientras que las dos primeras teorías se apoyan fundamentalmente en el *salience* o visibilidad (presencia de la que se deduce la influencia de algo, como asume la *agenda setting*), con el consecuente efecto en la evaluación (como asume el *priming*), la teoría del *framing* se centra en observar las dimensiones, características o atributos que algo adquiere en la cobertura” (2008: 5).

En la capacidad de los medios para establecer el qué y el cómo se presentan una variedad de actores que buscarán influir en la asignación tanto del primer nivel –los temas– como del segundo nivel –los atributos o encuadres– de la agenda mediática, lo cual genera lo que Fermín Bouza (1998: 7) define como “batalla por la agenda”, tanto de los temas como de sus atributos o del *framing* para resaltar algunos aspectos y/o ocultar otros. Canel (2008), por su parte, indica la existencia de una “pugna de enfoques”.

“Como en el proceso de selección de información algo siempre queda fuera, los políticos aspiran a dominar los criterios de selección de los medios, asegurándose de que, lo que queda dentro es lo que a ellos les interesa. Se produce entonces una pugna de enfoques entre políticos y periodistas” (Bouza, 1998: 7).

La batalla por la agenda se presenta y se genera por la posibilidad que tienen los ciudadanos, en los países democráticos, de escoger entre las opciones que les son presentadas, como ocurre en los procesos electorales con los partidos políticos, pero la disputa por el establecimiento de los temas y de los encuadres no sólo se registra durante el tiempo de contienda electoral, que en México es establecida jurídicamente como precampaña y campaña, sino en periodos más largos de tiempo, que se conoce como campaña permanente.

Dentro de la batalla por la agenda, los grupos o partidos políticos hacen uso de los medios masivos de comunicación y en ellos realizan estrategias a partir de la inserción de temas favorables y desfavorables, así como de la utilización de *framings* o encuadres con un sesgo o atributos positivos o negativos; situación que no es exclusiva del área política, pero en la cual se acentúa.

Van Dijk (2003) señala que son cuatro las estrategias básicas del discurso

ideológico y éstas se aplican de forma inminente al buscar formar encuadres de manera personal y colectivas: 1) Hablar de nuestros aspectos positivos – hablar de sus aspectos negativos; 2) No hablar de nuestros aspectos negativos – no hablar de sus aspectos positivos; 3) Poner énfasis en nuestros aspectos positivos – poner énfasis en sus aspectos negativos; y 4) Quitar énfasis en nuestros aspectos negativos – quitar énfasis en sus aspectos positivos.

Al prevalecer una competencia constante y permanente por la libertad de elección, los actores tiene la oportunidad de generar e implementar estrategias para establecer los temas y encuadres favorables en beneficio propio, o desfavorables para el contrario, pero existen escenarios en donde las distinciones se incrementan: las situaciones de crisis, debido a que en éstas existe una atención especial por los medios masivos de comunicación, los actores involucrados y la opinión pública, todos ellos juegan un papel central.

En contextos de crisis, la institución u organismo afectado buscará establecer que la situación que vive no afecte o ponga en riesgo a la organización, primordialmente en su imagen; por lo que se convertirán en protagonistas del acontecimiento con las posibilidades de controlar el suceso crítico, disminuir la afectación, o concluir la crisis con el menor daño posible. Pero además, en caso de ser viable obtener beneficios, principalmente a través del control o establecimiento de la agenda y/o de los encuadres en su beneficio. Dentro de las situaciones de crisis³ se presentarán, además del o los protagonistas, la contra parte, el o los antagonistas, quienes tratarán de afectar al organismo en situación adversa, en beneficio propio, quien tratará de establecer el tema y encuadres de forma desfavorable. Un tercer actor que se presenta son las audiencias, que como señala Hunt, Benford, y Snow (2006) no pertenecen a ninguno de los dos campos de identidad mencionados, pero pueden sumarse y tomar parte del suceso para apoyar o rechazarlo, de ahí su importancia.

J. A. Lledo describe a una situación de crisis como “... momentos o períodos decisivos y graves de una persona, un negocio, un sistema político, etc.” (1993: 9). O como lo puntualiza González Herrero “la crisis es una situación que «amenaza los objetivos de la organización, altera la relación existente entre ésta y sus públicos y precisa de una intervención extraordinaria por parte de los responsables de la empresa para minimizar o evitar posibles consecuencias negativas»” (1998: 12).

³ Los tres actores o campos de identidad: protagonistas, antagonistas y audiencias son retomados del estudio de los movimientos sociales de Hunt, Benford, y Snow (2006) y es aplicado en las situaciones de crisis, de forma particular en el estudio del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador.

Las instituciones, empresas y organismos, así como gobiernos, partidos políticos y personas presentan de forma constante situaciones de crisis, pero una de las principales características, y que tiene mayores posibilidades de provocar una afectación es cuando se exterioriza la problemática, primando la presencia de los medios de comunicación. González Herrero hace referencia en el siguiente sentido de la situación: “en el argot empresarial se reserva el término crisis para los sucesos especialmente graves y con alta trascendencia exterior” (1998: 12).

En las situaciones de crisis, los medios masivos de comunicación se encargarán de dar a conocer a sus audiencias y a amplios grupos de consumidores la situación de desequilibrio que se vive, la cual puede generar una desconfianza hacia la institución, con daño a su imagen pública. Debemos tener en cuenta que en la mayoría de las ocasiones durante una situación de crisis pueden existir otros organismos, además del afectado, los cuales pueden beneficiarse de la situación, obteniendo posibles ventajas del acontecimiento que afecta a un competidor.

Para los medios de comunicación, las situaciones de crisis es una noticia de alto impacto, que generan una gran atención para las audiencias ávidas de información relevante, fresca, fuera de la normalidad, polémica, extraña y provocante. Martín Llaguno, señala que “los medios manejan dos tipos de noticias que van entrelazando en sus agendas: las previstas por ellos o por otras instituciones sociales y las entrópicas o imprevistas” (2002: 198).

En la mayoría de los casos y cuando se exterioriza la crisis, ésta genera información que es de interés tanto para los medios como para sus audiencias. El conflicto y la crisis, genera un alto interés en la población, al grado que es más valorado el conflicto como noticia que el acuerdo al que lleguen las partes. Una crisis registra características que le permite convertirse rápidamente en noticia, como son los criterios de noticiabilidad de Canel (2008): novedad, conflictividad, actualidad, proximidad y relevancia pública; o los factores que debe de contener una noticia según Donsbach (1995): sorpresa, tematización, personalización y negativismo.

Para contrarrestar una situación crítica dentro de las organizaciones, la comunicación de crisis se ha convertido en uno de los pilares de los organismos, debido a que en muchas ocasiones no se puede prever el momento y la situación que desestabilice a la organización, pudiendo afectar enormemente sus intereses y su imagen al interior y principalmente a su exterior. Una crisis, señalan diversos autores, puede establecerse en el momento en que se presentan o hacen su aparición los medios

de comunicación, quienes publicarán los aspectos de la crisis ante la opinión pública, por lo que la organización puede ver dañada su imagen ante sus seguidores, consumidores, empleados, accionistas, etcétera, en una palabra: su entorno (Mitroff y Pearson, 2002) y (González Herrero, 1998).

González Herrero subraya que “la crisis es una situación que amenaza los objetivos de la organización, altera la relación existente entre ésta y sus públicos, y precisa de una intervención extraordinaria por parte de los responsables de la empresa para minimizar o evitar posibles consecuencias negativas” (1998, 12). Es de destacar la presencia de crisis en los medios masivos de comunicación, debido a la existencia continua y permanente de situaciones adversas dentro de las organizaciones (crisis internas), pero éstas al no hacerse públicas o exteriorizarse no presentan una cobertura por los media, lo que permite un mejor manejo de la situación, sin que perjudique la imagen que se desea proyectar, y sin afectar los objetivos planteados de forma exógena.

Reinhardt (1987) establece tres tipos de crisis: crisis inmediatas, crisis en desarrollo y crisis permanentes. Las inmediatas son aquellas en las que la organización no cuenta con tiempo suficiente para obtener información sobre el problema ni para desarrollar un plan de acción. Se presentan de forma espontánea, por lo cual las denominamos explosivas. Por lo que respecta a las crisis en desarrollo, son aquellas en las que la empresa cuenta con tiempo para la investigación y la planificación, sin embargo, no se tiene conocimiento de cuándo se presentará la crisis. Con respecto al tercer tipo de crisis, González (1998) señala que puede durar incluso años, debido a que las continuas apariciones en los medios de información mantienen viva la crisis.

Asimismo González (1998) identifica cuatro fases en una crisis: nacimiento, desarrollo, madurez y declive. Cuando se registra una crisis, es necesario un control en la información que se exterioriza sobre la organización, para buscar y lograr la menor afectación o en su caso revertir los daños y poder salir fortalecido de la crisis. En esta etapa es fundamental fijar y controlar de la mejor manera posible la agenda mediática, tratando de establecer los encuadres de mayor beneficio para la organización, debido a que el tema, la crisis en sí misma, ya se encuentra definida y establecida.

Como se determina en los estudios de *agenda setting*, (McCombs y Shaw, 2004), el cual consiste en que a través de la jerarquización de los problemas en la agenda mediática, las instituciones informativas dirigen selectivamente la atención de los ciudadanos y de los políticos hacia ciertos asuntos –agenda ciudadana y agenda política-. Por lo cual ante una situación de crisis, el control y fijación de la agenda

mediática en sus encuadres y/o atributos servirá para lo que se establecerá, primeramente, en los medios y posteriormente en la agenda política y en la agenda pública.

Con la premisa de que los medios establecen, en gran medida, el qué y el cómo pensar de un tema, el control de la agenda mediática, podría disminuir o revertir los daños en la imagen del organismo y, probablemente, obtener beneficios de lo que en sus inicios se describía como una crisis. Señalamos el control y establecimiento de la agenda mediática en sus encuadres o *framings*, debido a que en las situaciones de crisis, el tema se encuentra ya establecido, que es la misma crisis, que se convierte en el foco de atención de los medios de comunicación y de la sociedad. Maxwell McCombs señala que “en casi todos los temas del repertorio público, los ciudadanos se las ven con una realidad de segunda mano, que viene estructurada por las informaciones que dan los periodistas de esos hechos y situaciones” (2004: 24).

Las área político o gubernamental, como son los partidos políticos o los gobiernos, no son ajenas a sufrir crisis, con daños en su imagen, con afectaciones como la pérdida de la confianza de la ciudadanía, el retiro de apoyo y principalmente el dejar de recibir sufragios, lo que les llevaría a la derrota electoral y/o el no refrendo en las elecciones subsecuentes. La afectación en los partidos políticos o en los gobiernos se traducirá en la pérdida de puestos de elección popular y por lo tanto del poder político-gubernamental.

En situaciones de crisis de tipo político, gubernamental, partidista y electoral, la comunicación de crisis juega un papel fundamental al transformarse en la estrategia que buscará disminuir, controlar o contrarrestar la situación desfavorable, en sus diferentes fases, por lo que el control de la agenda mediática en los encuadres o atributos es prioritario. Una de las primeras acciones que se deben llevar a cabo en el partido, instituto político o gobierno, como lo indica María José Canel es que “las autoridades políticas saben que el control de información es esencial al poder, -por lo que- tratan de dominar la agenda de noticias de los medios de comunicación” (2008: 139). Debemos reiterar que el tema se encuentra establecido por la propia crisis en sí, que genera expectación entre los medios masivos de comunicación y los individuos, por ello el control debe ser en los encuadres o características de la crisis a presentar.

Las situaciones de crisis políticas registran problemas adicionales, principalmente el tiempo de reacción y la presencia de una oposición, quien también

buscará obtener beneficio de la situación, tratando de afectar lo más posible al partido, persona o al gobierno que es su adversario, y que se encuentra en la situación crítica.

Los actores antagonistas que pueden involucrarse en la situación de crisis buscarán obtener beneficios a costa de quien se encuentra inmerso en el contexto adverso; asimismo se presentarán las audiencias, lo que permite definir la presencia de tres campos de identidad en una crisis: protagonistas, antagonistas y audiencias.

Ante la presencia de los tres campos de identidad se requiere de un manejo eficaz, oportuno y eficiente de la agenda mediática, principalmente en los atributos y encuadres a presentar, debido a que como establecen los postulados e investigaciones de la teoría de la agenda, influyen y repercuten en la opinión pública. No hay que olvidar que la agenda mediática, que posiblemente se transformará en la agenda pública, no es la única variable que determinará el desenlace de la crisis, pero sí es fundamental para que el contexto adverso pueda ser controlado, con un efecto negativo mínimo o como se señaló hasta positivo.

El control de la agenda y el posicionamiento del tema en sus atributos, es una variable fundamental en las posibilidades de modificar la situación y por ende el de llegar a un final de la crisis de forma positiva. De no controlarse existen más probabilidades de un desenlace negativo. Esto no quiere suponer que con el solo control de la agenda se logre paliar o desactivar una crisis, que sea la panacea en la solución de los acontecimientos adversos que se ha publicado en los medios masivos de comunicación y en la opinión pública.

El presente trabajo es un ejemplo de una crisis político-gubernamental con tintes claramente electorales: el desafuero⁴ que se promovió en contra del entonces Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, Andrés Manuel López Obrador, proveniente del Partido de la Revolución Democrática (PRD), de centro-izquierda, quien era en ese momento el precandidato con mayor fuerza, según las encuestas de preferencias electorales, para ocupar la presidencia de la República en el año 2006⁵.

⁴ En el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española la palabra “fuero” es “históricamente, norma o código dados para un territorio determinado y que la Constitución de 1978 ha mantenido en Navarra y en el País Vasco. Cada uno de los privilegios y exenciones que se conceden a una provincia, a una ciudad o a una persona. Privilegio, prerrogativa o derecho moral que se reconoce a ciertas actividades, principios, virtudes, etc., por su propia naturaleza” (2015). La Enciclopedia Jurídica Mexicana, en el derecho procesal mexicano “se utiliza la voz ‘fuero’ como sinónimo de competencia, cuando se habla del fuero común, fuero federal y fuero del domicilio, como sinónimo de jurisdicción, que sería el caso del fuero de guerra; también se habla de fuero constitucional, con otro significado ya que trata de un requisito de procedibilidad” (Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2002: 147).

⁵ En el mes de enero de 2006, las encuestas presentaban a López Obrador como el candidato a vencer. El 15 de enero el periódico *Reforma* presentaba los siguientes resultados en las preferencias electorales: Andrés Manuel López Obrador (AMLO), 40%; Felipe Calderón Hinojosa (FCH), 30 por ciento; y Roberto Madrazo Pintado (RMP), 26 puntos. Consulta Mitofsky el 16 de enero, indicaba para AMLO, 39%; FCH, 31 puntos; y RMP, 29 por ciento. Los

La solicitud de desafuero a López Obrador se debió a la negación de éste a pagar la indemnización (300 millones de pesos) solicitada por el dueño de un terreno expropiado para la construcción de una vialidad, al estimar el gobierno del Distrito Federal que la cifra era 65 millones de pesos. La expropiación se llevó a cabo por la anterior jefa de gobierno de la capital del país, Rosario Robles Berlanga, en noviembre del año 2000. Para el 2004 la cifra solicitada como indemnización alcanzaba los 181 millones de pesos por intereses y daños. En junio de 2014 se llegó a un arreglo entre ambas partes y la “administración de la Ciudad de México pagó 95 millones de pesos por concepto de daños y prejuicios a la empresa Promotora Internacional Santa Fe, toda vez que la Suprema Corte de Justicia de la Nación consideró que la expropiación del terreno se dio fuera del marco constitucional y ante la imposibilidad de regresar el terreno” (Cruz Flores, 2014).

Los servidores públicos tienen fuero constitucional en México, Andrade Sánchez indica que “consiste en un conjunto de normas aplicables a determinados servidores públicos que en razón de la función que desempeñan quedan sujetos a un régimen propio en cuanto a la exigencia de ciertas responsabilidades en las que puedan incurrir por su conducta” (2004: 4).

La palabra desafuero en la Real Academia Española es “Acto violento contra la ley. Acción contraria a las buenas costumbres o a los consejos de la sana razón. Hecho que priva de fuero a quien lo tenía” (2015: 1). Por lo que el desafuero es el retiro del principio de garantía, exención o privilegio que tienen a su favor servidores públicos en México, por el cargo que desempeñan.

La solicitud de desafuero provocó una crisis en el Gobierno de la Ciudad de México, porque afectaba la imagen de la institución y la de su titular, Andrés Manuel López Obrador. De forma concreta afectaba las aspiraciones de este último para contender por la Presidencia de la República. Como situación específica el desafuero que se presentó para el Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, registra las características de una crisis, porque es una situación que afecta físicamente a la totalidad del sistema y amenaza sus valores fundamentales y su existencia misma.

El tema del desafuero registra las características de una noticia, como señala Donsbach (1995) y Canel (2008); presenta además los elementos que definen la batalla por la agenda, en sus encuadres o el *framing*, al estar establecido el tema. Esta última

resultados que presentaba Parametría el 18 de enero eran: AMLO, 39 puntos; FCH, 30 por ciento; RMP 29%. El diario *El Universal* publica el 23 de enero que AMLO alcanzaba 40 puntos; FCH, 33 por ciento y RMP el 26 por ciento de las preferencias electorales.

definida por Álvarez (2004) como aquella lucha por hablar de lo que uno cree que se debe hablar. Por su parte, Bouza señala que la batalla por la Agenda “no es, en principio, una cuestión de contenidos (qué pensar de), sino de temas (sobre qué pensar). En este sentido, es el mero hecho de ‘hablar de’ (con algún matiz) lo que determina la batalla de la agenda” (1998: 7).

Esta crisis presentaba como posible afectado directo o protagonista al Gobierno de la Ciudad de México y particularmente a su titular, Andrés Manuel López Obrador. Como contraparte, el o los antagonista, podrían obtener beneficios de la situación crítica del Jefe de Gobierno de la capital del país, principalmente al restarle la gran aceptación que registraba en esos momentos, como lo indicaban los resultados de sondeos y encuestas (ver nota 5), para ser candidato del PRD a la Presidencia de la República, era el Presidente de la República, Vicente Fox Quesada, su partido Acción Nacional y el Partido Revolucionario Institucional, quienes además eran señalados por el propio López Obrador como los operadores de su desafuero. El resto de los actores involucrados en la crisis del desafuero en un primer término podrían definirse como audiencias, pero se convertirían muchos de ellos en protagonistas y/o antagonistas, entre ellos los medios masivos de comunicación.

La crisis del desafuero se registra en periodo prácticamente de campaña permanente, y alguno de los involucrados buscaron darle el encuadre de ser un tema o crisis electoral. Bouza subraya que “la comunicación política en período preelectoral y electoral está encaminada, sobre todo, a lograr la iniciativa en la batalla de la agenda (...) La palabra batalla es correcta para un tema en el que las metáforas militares son más que metáforas: se trata, aquí también, de estrategias para la defensa y la ofensa(siva) hasta lograr una relación de fuerzas favorable y una victoria” (1998: 7-8).

La situación del desafuero suscitó la participación de los más diversos actores, algunos se sumaron como protagonistas –a favor de Andrés Manuel López Obrador– y otros como antagonistas –en oposición al Jefe del Gobierno capitalino–, éstas últimas que podían verse beneficiadas de la crisis que afectaba, en ese momento, al aspirante a la Presidencia de la República con mayor nivel de popularidad y aceptación. Para la elección de 2006, “la ‘batalla’ electoral se dirimió en los medios” (Buendía Hegewisch y Azpiroz Bravo, 2011: 15).

López Obrador registraba altos índices de popularidad que lo colocaban como el candidato “natural” del PRD y con grandes posibilidades de triunfar en las elecciones a

celebrarse el 2 de julio de 2006 para Presidente de la República⁶. A la postre, Andrés Manuel resultó elegido candidato por el PRD para la competencia electoral del 2006, que renovarían la Presidencia de la República, máximo puesto de elección popular en México, pero quedaría en segundo lugar.

Además del entonces Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, otras dos fuerzas políticas del país presentaban verdaderas posibilidades de ganar: 1) el Partido Acción Nacional, quien obtiene el triunfo, aún discutido y polemizado, con un margen de 0.56 por ciento de diferencia respecto del segundo lugar, con su candidato Felipe Calderón Hinojosa; y 2) el Partido Revolucionario Institucional, con Roberto Madrazo Pintado, quien quedó en tercer lugar en la contienda electoral del 2 de julio de 2006.

Dentro del procedimiento de “desafuero” hacia el Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, la Procuraduría General de la República, fue la dependencia gubernamental que promovió la denuncia penal, por lo tanto es quien solicita a la Cámara de Diputados la declaración de procedencia –retiro del fuero– a Andrés Manuel López Obrador, para posteriormente, ya sin fuero, poder iniciar el proceso judicial por desacato a una orden del Poder Judicial de la Federación, que como se señaló en párrafos anteriores, le ordenaba al Jefe de Gobierno de la Ciudad de México la indemnización de aproximadamente 181 millones de dólares por la expropiación del predio “El Encino” realizada en noviembre de 2000, por la entonces jefa de Gobierno del Distrito Federal, Rosario Robles Berlanga, de extracción perredista.

El procedimiento de desafuero provocó la polarización, en primera instancia, entre dos de las tres de las principales fuerzas políticas de México, Acción Nacional y el de la Revolución Democrática, quienes participaron de forma activa, para sus intereses propios, en el proceso del desafuero: el PRD a través del propio Andrés Manuel López Obrador con su estructura política y partidista, y el PAN, por medio de la Presidencia de la República, las dependencias gubernamentales de ésta y de igual manera su estructura política y partidista.

Posteriormente se sumaron más actores políticos, sociales, económicos, culturales, religiosos, educativos, entre los que destaca el Partido Revolucionario Institucional, una de las tres principales fuerzas políticas de México –junto con el PAN y PRD–. La participación de los más diversos actores provocó una mayor crispación en el país, que fue acrecentada por la gran cobertura y por la intervención activa y directa

⁶ Ver datos de encuestas expuestos en la nota número 5

de los medios masivos de comunicación en el tema del desafuero, quienes buscaban establecer encuadres y atributos favorable o desfavorables cuando abordaban el tema.

Esta crisis del Gobierno de la Ciudad de México podría suponer la inhabilitación política de Andrés Manuel López Obrador para ser candidato del PRD y así poder disputar la presidencia del Gobierno. Además, se buscaba dañar su imagen a través de encuadres o atributos negativos, al ser presentado como un político problemático que no respetaba las leyes, entre otros.

Pero a su vez el tema del desafuero permitía a López Obrador y a su partido disputar los encuadres a establecer en los medios masivos de comunicación y en la opinión pública, por lo que sus partidarios y él mismo buscaba ser presentado como un político apegado a la ciudadanía, no corrupto y que protegía los derechos de los ciudadanos.

La batalla por la agenda, no era respecto del tema del retiro o no del fuero de Andrés Manuel López Obrador, que pasó a un segundo término, al encontrarse establecido el tema. La disputa se centró, principalmente, en cómo los actores involucrados a través de los medios masivos de comunicación presentaban al jefe de Gobierno de la Ciudad de México, lo que los convirtió en la arena política, el lugar donde se dirimió la batalla de la imagen a definir de López Obrador.

El tema del desafuero fue un evento con gran cobertura mediática, en el cual los tres partidos políticos señalados buscaban, como se indicó, sacar ventaja con miras al proceso electoral del 2 de julio de 2006. El amplio seguimiento de los medios masivos de comunicación generó una batalla por el control de la agenda mediática, política y pública a través de la utilización y establecimiento de encuadres de los principales partidos políticos –PAN, PRI y PRD–, del resto de las fuerzas políticas, de la Presidencia de la República –de extracción panista–, del Gobierno de la Ciudad de México, de los propios medios masivos de comunicación, y de muchos otros actores involucrados⁷.

Cabe destacar que la crisis del desafuero tenía una característica fundamental, la de ser anunciada. El gobernante capitalino tenía conocimiento pleno de las consecuencias que tendría el incumplimiento de una resolución judicial. La estrategia de López Obrador y su equipo fue el caer en desacato, enfrentarse al Poder Judicial al no

⁷ Entre los actores que se vieron involucrados en el desafuero de Andrés Manuel López Obrador tenemos a la Iglesia Católica, la Universidad Nacional Autónoma de México, intelectuales, investigadores, Organizaciones No Gubernamentales, Sindicatos y artistas, entre otros, quienes eran entrevistados o escribían sobre el desafuero, en el que presentaban, en la mayoría de las ocasiones, sus propias posturas o puntos de vista.

cumplir las resoluciones judiciales. A pesar de que se le notificó en diversas ocasiones la suspensión definitiva de la obra, así como la necesidad de liberar los acceso al predio “El Encino”, el Gobierno del Distrito Federal hizo caso omiso, lo cual abrió la posibilidad de buscar el desafuero del candidato a vencer en las elecciones presidenciales del 2006.

Como ya hemos comentado en los párrafos anteriores, la cobertura por los medios masivos de comunicación sobre el retiro del fuero constitucional se convertiría en la arena donde se libraría la batalla por el establecimiento de los encuadres, tanto positivos como negativos, hacia el Jefe del Gobierno de la Ciudad de México con miras al 2006. Por lo menos los dos medios impresos nacionales analizados en el presente trabajo: *La Jornada* y el *Reforma*, hicieron uso de herramientas periodísticas cuantitativas y cualitativas, así como de atributos y encuadres para dar valoraciones al tema del desafuero, publicados, en ocasiones, de forma directa a través de adjetivos, calificativos y adverbios favorables y/o desfavorables en el tema del desafuero de Andrés Manuel López Obrador.

El uso de atributos en los medios masivos de comunicación se sigue registrando por los detentadores y actores que tienen ingreso en la televisión, la radio, la prensa y ahora en los medios digitales; por lo que los estudios a partir de la *agenda setting* y del *framing* deben de continuar realizándose, ya que permiten demostrar el uso de los *mass media* a partir de los intereses de los dueños y de quienes tienen acceso a éstos.

En México con un historial de un control férreo de los medios masivos de comunicación y de una población con un alto consumo de los *mass media*, es fundamental conocer los intereses económicos y políticos de los medios, principalmente en la vida política, donde la intervención de los poderes mediáticos han quedado más que demostrado, como sucedió en la elección para Presidente de la República del 2006, donde participó y perdió la elección el abanderado de izquierda, Andrés Manuel López Obrador por el 0.56 por ciento de los votos.

En la elección de 2006, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) admitió que la intervención de los medios masivos de comunicación “en algunos casos se trató de situaciones de importancia o de gravedad” (2006: 471). Pero “para el Tribunal, se trató de cuestiones insuficientemente probadas o de las que no se podía medir su impacto; por ejemplo, el grado de importancia que tuvieron las ‘campañas negativas’ o la ‘guerra sucia’ en el resultado de la elección (...) Sin embargo, concluyó -el TEPJF- que las irregularidades en el conjunto de los

acontecimientos no habían generado una afectación importante a la libertad del voto” (Buendía Hegewisch y Azpiroz Bravo, 2011).

Sin lugar a dudas los medios masivos de comunicación tienen conocimiento pleno del poder que tienen para establecer en qué y cómo pensar en sus audiencias, del cual hacen uso de forma constante y permanente, lo que los pone en ventaja. Los media se convirtieron en actores fundamentales y determinantes en los más diversos aspectos de la vida de las personas y especialmente en los asuntos y crisis de carácter político, así como en los procesos electorales. Ante la “poderosa capacidad de influencia de los medios” (Dader, 1999: 230) la interrogante es si las audiencias tiene la posibilidad y capacidad, o por lo menos el conocimiento, para evitar que los *mass media* continúen estableciendo en qué y cómo pensar.

3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Objetivos

En el espacio político se toman decisiones que benefician o afectan a la colectividad. En este sentido, las decisiones políticas generan polémicas y en muchas ocasiones sus efectos derivan en crisis políticas que adquieren un peso significativo en el interés de la sociedad, los propios actores y los *mass media*. Estos últimos resultan relevantes porque llevan y a veces conducen la opinión pública a través de la cobertura mediática.

Los efectos poderosos de los medios masivos de comunicación sobre sus audiencias, particularmente al definir y conformar una realidad específica, llegan a establecer coordenadas de cómo se debe pensar, lo que hace indispensable la realización de estudios que permitan identificar el manejo de la información que llevan a cabo los medios, quiénes tienen acceso a los media y si los actores involucrados toman una de las tres posturas: protagonista, antagonista o audiencia, para influir en la conceptualización de ciertos temas.

El estudio teórico de los medios masivos de comunicación, de forma específica la teoría de la *agenda setting* y del *framing* en la comunicación en situaciones de crisis en un contexto como el de México, resulta relevante en la medida en que permite observar cómo se articulan en un espacio determinado actores, medios y audiencias.

Objetivo General

- Identificar el establecimiento y la utilización de encuadres y atributos, tanto de los actores políticos y sociales como de los mediáticos, en la crisis política que se desarrolló a partir del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, en 2005, en México.

Objetivos Específicos

- Definir un marco y un método analítico que permitan dar cuenta del establecimiento de encuadres por parte de los medios masivos de comunicación en una situación de crisis política.
- Determinar las fases y características de la crisis política del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador.

- Definir el comportamiento de *La Jornada* y el *Reforma* a lo largo de las fases de la crisis y de forma detallada en la fase de madurez.
- Identificar las fuentes informativas que tienen acceso a las páginas de *La Jornada* y el *Reforma*, y si éstas son afines a la ideología de los diarios.
- Examinar el uso por parte de los medios masivos de comunicación de actores políticos y sociales para generar valoraciones positivas y/o negativas en una crisis política.
- Comprobar la utilización directa de atributos o valoraciones positivas y/o negativas en una crisis política por los actores o fuentes informativas involucrados, como parte de una estrategia de comunicación de crisis.
- Identificar cómo los medios masivos en una situación de crisis usaron herramientas periodísticas cuantitativas y cualitativas para definir el valor de su información.
- Demostrar el uso de variables cualitativas periodísticas y de atributos favorables y/o desfavorables por los *mass media* en la información de la crisis política.
- Comprobar, de ser posible, si el tratamiento de encuadres y atributos de los medios analizados en la situación de crisis del desafuero de Andrés Manuel López Obrador condicionaron el resultado electoral para Presidente de la República en 2006.

Los objetivos del presente estudio se centran en el trabajo de establecimiento de valencia y encuadres que llevan a cabo los medios masivos de comunicación, en esta investigación de dos medios impresos nacionales y de información general, *La Jornada* y el *Reforma*, en una situación de crisis política, la del desafuero del Jefe de Gobierno de la capital mexicana, en 2005, vinculada al proceso electoral federal de 2006, para elegir al Presidente de la República en México.

Hipótesis

La capacidad que tienen los medios masivos de comunicación para influir en qué y cómo pensar en ciertas situaciones de crisis políticas está relacionada con el uso pragmático que hacen de la investigación aplicada en las teorías de la *agenda setting* y del *framing*. De forma específica, en la crisis política del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Orador, los dos medios impresos analizados

no sólo informaron del suceso, sino que hicieron uso de las herramientas periodísticas a su alcance, tanto cuantitativas como cualitativas, para influir en la percepción de sus audiencias sobre el retiro del fuero constitucional, por lo cual no eran simples transmisores de la información, sino que se involucraron tanto como protagonistas como antagonistas en dicha crisis.

Sub hipótesis

- En las situaciones de crisis política el tema se encuentra establecido en la agenda mediática, política y pública, al registrar una gran cobertura mediática, por lo cual la disputa se registra en la presentación de encuadres o atributos de la información.
- Los medios masivos de comunicación se convierten en protagonistas y/o antagonistas en las crisis políticas; difícilmente se mantienen como simples audiencias o informadores del tema.
- El acceso de fuentes de información o actores en los medios masivos se encuentra limitado por la propia participación de los media y busca reforzar la posición tomada por los medios en la situación de crisis.
- Los medios hacen uso de las herramientas periodísticas para dar valencia a la información que presentan en una situación de crisis de acuerdo con su línea editorial o intereses.
- Las herramientas periodísticas permiten a los *mass media* hacer uso y resaltar los sesgos, atributos o características que desean establecer en sus lectores.
- Y, uno de los posibles beneficios obtenidos es que todo lo anterior haya condicionado el resultado final de las elecciones presidenciales de 2006.

4. RESUMEN / *ABSTRACT*

Introducción

La presente investigación aborda las estrategias y el manejo de medios llevados a cabo en la crisis del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, por los actores involucrados; entre ellos los medios masivos de comunicación, específicamente, dos periódicos nacionales de información general: *La Jornada* y *el Reforma*.

La información, publicada por los medios masivos de comunicación, transmite a sus audiencias de forma efectiva qué temas y personas son importantes; pero además suelen incluir atributos, características o encuadres positivos y/o negativos, que generan una mayor o menor valoración y les permite establecer el cómo deben de pensar sobre esos temas y personas.

Ante el poder de los medios, es importante el control de la comunicación e información tal como lo asevera Castells (2009). Dicha situación aumenta en las crisis, principalmente en las de carácter político y/o electoral, las cuales generan una gran expectación en las audiencias, una amplia cobertura mediática y la necesidad imperiosa de controlar la comunicación e información por los actores involucrados, entre ellos los propios *mass media*, al contar éstos últimos con una gran capacidad para influir en la conformación de la realidad tanto individual como colectivamente.

En las situaciones de crisis, como la de López Obrador, se conforman tres tipos de actores: los protagonistas que actúan para resolver favorablemente la crisis; los antagonistas que buscan una mayor afectación y las audiencias que tratarán de ser sumadas a favor o en contra del tema.

Objetivos

Los *mass media* tienen conocimiento pleno del poder que ostentan para influir en sus audiencia, no son sujetos pasivos. Por ello, se debe identificar su comportamiento en las diferentes fases de una crisis, como la del desafuero del jefe de gobierno de la Ciudad de México y de forma particular en la etapa de madurez.

El control de la comunicación e información en una situación de crisis es fundamental, por lo que el objetivo principal es el identificar si en el proceso en contra de Andrés Manuel López Obrador los actores involucrados, y de forma particular los

medios masivos de comunicación, hicieron uso de encuadres y atributos positivos o negativos para establecer el cómo pensar del tema.

En las crisis políticas, los medios masivos de comunicación pueden dejar de ser audiencias y meros transmisores de información para convertirse en protagonistas o antagonistas, por lo que se deduce que en la crisis del desafuero de López Obrador *La Jornada* y el *Reforma* tomaron parte activa en defender o atacar al jefe de gobierno de la capital de México.

Por la proximidad de la elección para Presidente de la República, en julio de 2006, y por la intervención de los más diversos actores políticos, gubernamentales, sociales, religiosos, académicos, etc., el retiro del fuero condicionó el resultado electoral por el tratamiento que dieron los encuadres y atributos al tema.

Marco teórico y Metodología

A través de una conexión entre las teorías de *agenda setting* y *framing* de los estudios de las situaciones de crisis, principalmente en los movimientos sociales, y por medio del análisis de contenido del diferencial semántico y de la aserción evaluativa se generó un marco analítico complejo sobre el manejo de la información en el desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, que permitió determinar el uso de los medios masivos de comunicación en el establecimiento del tema y de sus características, atributos y/o encuadres en la opinión pública.

Para tal fin se escogieron dos de los periódicos de mayor importancia en México, *La Jornada* y el *Reforma*, con distribución nacional, de información general y con líneas editoriales opuestas, de los cuales se extrajeron las unidades de muestreo, registro y contexto en dos espacios temporales: 1) Un año, del 13 de mayo de 2004 al 13 de mayo de 2005, para determinar la transformación, evolución y etapas de la crisis; y 2) del 2 al 10 de abril de 2005, para el estudio más detallado de la etapa de madurez de la crisis del desafuero.

En la primera temporalidad, los 12 meses de seguimiento, se seleccionó la información de mayor importancia conocida como a 8 *columnas*, contabilizándose de forma separada el texto y la fotografía, que sumaron 93 casos, con lo que se conformó una primera base de datos para el análisis cuantitativo y cualitativo. Para la etapa de madurez de la crisis, nueve días, se tomó toda la información publicada sobre el desafuero de López Obrador, que alcanzó la cifra de 935 casos, creándose una segunda base de datos para su estudio cuantitativo y cualitativo.

Resultados

En los datos de la primera base de datos, el año de seguimiento del 13 de mayo de 2004 al 13 de mayo de 2005, tenemos que el asunto jurídico por la expropiación del predio “El Encino” entre un particular y el gobierno del Distrito Federal se transformó en una crisis político-gubernamental-electoral al momento de cambiar el encuadre de un tema judicial al de una estrategia del Ejecutivo Federal, su partido Acción Nacional y el Partido Revolucionario Institucional con el objetivo de dejar fuera de la competencia electoral para Presidente de la República en el 2006 a López Obrador.

El seguimiento de un año permitió definir las etapas de la crisis, las cuales fueron: a) pre-crisis, b) inicio de la crisis, c) desarrollo de la crisis, d) la etapa madura de la crisis, e) primer declive de la crisis, f) repunte de la crisis, y g) declive final de la crisis.

Durante las diferentes fases de la crisis *La Jornada*, el periódico de izquierdas, siempre buscó mantener al desafuero en su agenda mediática; mientras que el *Reforma* dejaba más tiempo fuera el tema como noticia principal o a 8 columnas. En las etapas de la crisis además se registraron cambios en los encuadres de los dos diarios. En la pre-crisis para el diario de izquierda era un tema jurídico, pero cambió desde la fase de inicio a una crisis político-gubernamental-electoral, convirtiéndose en el *framing* principal en los 12 meses. Por su parte el periódico de derecha, el *Reforma*, trató de mantenerlo en la mayoría de las etapas como un problema judicial entre un particular y la administración del gobierno del Distrito Federal.

La Jornada buscó otros encuadres secundarios al presentar el desafuero como un asunto nacional y en ocasiones económico; así como un tema que involucraba a la sociedad mexicana en su conjunto y en un número reducido de ocasiones como un asunto internacional. El *Reforma* utilizó el *framing* de presentar al gobernante capitalino como una persona liosa, problemática y no respetuosa de la ley ni de las instituciones. En el diario de derecha resalta el tratamiento como un tema local y en muy pocas ocasiones se presenta con características económicas e internacionales.

Durante los 12 meses y las diferentes etapas *La Jornada* fue protagonista en la crisis, con un apoyo total al Jefe de Gobierno de la Ciudad de México. Por el contrario el *Reforma* presentó una postura antagonista, salvo en la etapa de repunte y declive final de la crisis, principalmente ésta última, donde matizó su antagonismo a Andrés Manuel

López Obrador y se llegó a coincidir en los titulares utilizados por el diario de izquierdas.

En la etapa de la madurez de la crisis, del 2 al 10 de abril de 2005 los dos diarios le dieron cuantitativamente una cobertura casi idéntica. De las 935 inserciones registradas en la fase más álgida de la crisis, el 57 por ciento fue en *La Jornada* y el restante 43 por ciento en el *Reforma*. Las diferencias se presentaron en los aspectos cualitativos periodísticos, atributos y encuadres. En lo cualitativo *La Jornada* presentó el tema en sus mejores espacios, elementos y géneros periodísticos, contrario a lo utilizado por el *Reforma*, quien al abordar el tema del desafuero de López Obrador de forma negativa hacia uso de sus mejores herramientas.

Al comparar los dos medios, encontramos que en la información con atributos positivos el periódico de tendencia izquierdista participó con el 69,6 por ciento de las ocasiones que abordó el tema, frente al 30,4 por ciento que lo hizo el *Reforma*. De forma totalmente opuesta, en las publicaciones con características negativas, el diario dirigido por Carmen Lira Saade, *La Jornada*, sumó el 18,4 por ciento; mientras que en el *Reforma*, propiedad de Alejandro Junco, lo hizo en el 81,6 por ciento.

En el uso de los campos de identidad de protagonistas –a favor de Andrés Manuel–, antagonistas –en contra de él– y las audiencias, supuestamente neutrales, *La Jornada* disminuyó los encuadres y atributos negativos de los antagonistas, los cuales llegan a ser transformados en protagonistas, con lo que el periódico reafirma su estrategia de apoyo al Jefe de Gobierno. Por su parte el *Reforma*, modifica los supuestos campos de identidad de los actores o fuentes informativas involucradas de protagonistas a antagonistas.

Conclusiones

Los medios masivos de comunicación hacen uso de su poder de control de la información para influir en la opinión de sus audiencias, a fin de presentar y establecer no sólo los temas, sino los atributos, características y encuadres de los asuntos que publican en sus espacios informativos.

El tema del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador permite conocer de forma detallada el manejo informativo llevado a cabo por dos diarios nacionales de información general, *La Jornada* y el *Reforma*, en una situación de crisis política-electoral, en la que las decisiones benefician o afectan a la colectividad, por lo que adquiere un peso muy significativo en la sociedad.

El marco teórico y la metodología utilizada permitieron identificar el uso de encuadres y determinar las fases de una crisis política-gubernamental-electoral y el comportamiento de los actores involucrados, entre ellos de los dos diarios escogidos en las fases de la crisis y de forma particular en la etapa de madurez.

Sin poder especificar la capacidad para conformar una realidad por parte de los medios, que no era un objetivo del trabajo de investigación, si se llega a identificar el uso de variables periodísticas cuantitativas y cualitativas, encuadres y atributos, y de forma específica de valoraciones positivas y/o negativas por los actores involucrados en la crisis del desafuero, entre ellos y de forma abierta por los dos medios analizados, *La Jornada* y el *Reforma*.

Sin duda alguna, en situaciones de crisis políticas, como al del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, los medios masivos de comunicación, o por lo menos los dos analizados, *La Jornada* y el *Reforma*, si hicieron uso de las herramientas periodísticas cuantitativas y cualitativas, así como de encuadres, para influir en la percepción de sus audiencias sobre el retiro del fuero constitucional, por lo cual no fueron simples transmisores de la información, sino que se involucraron como protagonista, el primero de ellos, y como antagonista el segundo, en la crisis estudiada.

Finalmente no podemos afirmar, pero tampoco objetar, que el tratamiento de encuadres y atributos de *La Jornada* y el *Reforma* en la situación de crisis del desafuero de Andrés Manuel López Obrador condicionaron el resultado electoral para Presidente de la República en 2006.

ABSTRACT

Introduction

This research addresses the handling of media and strategies implemented in the crisis of the immunity removal of the Head of Government of Mexico City, Andrés Manuel López Obrador, by the stakeholders; including the mass media, specifically, two national newspapers of general information: *La Jornada* and the *Reforma*.

The information, published by the mass media, not only conveys to the audience, effectively, what issues and which people are important; but also, often include attributes, features, and positive and / or negative frames, which generate a higher or lower value and allows them to establish how the audience should think about these issues and people.

Given the power of media, it is important the control of communication and information as it was asserted by Castells (2009). This situation increases in the crisis, mainly those of political and / or electoral issues, which generate great expectation in the audience, extensive media coverage and the urgent need to control communication and information by stakeholders, including mass media, having the latter a large capacity to influence the shaping of reality both individually and collectively.

In crisis situations, as the one with López Obrador, three types of actors are present: protagonists, that act to favorably solve the crisis; antagonists, seeking greater damage; and audiences, that seek to be added for or against the issue.

Objectives

The mass media are fully aware of the power they wield to influence their audience, they are not passive subjects. That is why its behavior, in the different phases of a crisis, must be identified, such as the immunity removal of the Head of Government and particularly in the mature stage.

The control of communication and information in a crisis situation is critical, so that the main objective is to identify, in the process against Andrés Manuel López Obrador, whether stakeholders, and particularly, the mass media, used frames and positive or negative attributes to establish how to think of the subject.

In political crisis, the mass media may stop being audiences or mere transmitters of information to become protagonists or antagonists, so it follows that in the crisis of the removal of immunity of López Obrador, *La Jornada* and the *Reforma* played an active role in defending or attacking the Head of Government of the capital of Mexico.

Because of the proximity of the election for President of the Republic, in July 2006, and because of the intervention of a diversity of actors such as political, governmental, social, religious, academic, etc., the removal of immunity determined the election result due to the treatment that the frames and attributes gave to the issue.

Theoretical Framework and Methodology

Through a connection between the theories of agenda setting and framing of studies of crises, mainly in social movements, and through content analysis of semantic differential and evaluative assertion, a complex analytical framework was generated on the information handling in the immunity removal of the Head of Government of Mexico City, Andrés Manuel López Obrador, which enabled to determine the use of

mass media in setting the issue and its features, attributes and / or frames in public opinion.

For this purpose, two of the most important newspapers in Mexico were chosen, *La Jornada* and the *Reforma*, with national distribution, general information and opposite editorial lines, of which were extracted the units of sampling, recording and context in two time windows: 1) one year, from May 13th 2004 to May 13th 2005, to determine the transformation, evolution and stages of the crisis; and 2) from the 2nd to 10th of April 2005, for more detailed analysis of the mature stage of the crisis of immunity removal.

At the first timing, the 12 month tracing, the most important information known as of 8 *columns* was selected and counted separating text and photography, which totaled 93 cases that settled a first database for quantitative and qualitative analysis. For the mature stage of the crisis, nine days, all the information published on the immunity removal of López Obrador was considered, which totaled 935 cases that conformed a second database for quantitative and qualitative study.

Results

In the data from the first database, tracking the year from May 13th 2004 to May 13th 2005, we have that the legal matter for the expropriation of the property called "El Encino" between an individual and the government of the Federal District became an electoral-governmental-political crises when the frame was changed from a judicial matter to a strategy of the Federal Government, its National Action Party and the Institutional Revolutionary Party in order to keep López Obrador out of the electoral competition for President of the Republic in 2006.

Tracking a year allowed to define the stages of the crisis, they were: a) pre-crisis, b) the beginning of the crisis, c) the development of the crisis, d) the mature stage of the crisis, e) first decline of the crisis, f) upturn of the crisis, and g) final decline of the crisis.

During the different phases of the crisis *La Jornada*, the newspaper of the left, always sought to keep the immunity removal in the media agenda; while the *Reforma* left it out of the main or eight-column news more often. Besides, in the different stages of the crisis, changes in the frames were recorded in the two newspapers. In the pre-crisis, for the left-wing newspaper, it was a legal issue, but it changed since the startup phase to a electoral-governmental-political crisis, becoming the main framing in 12

months. Meanwhile, the right-wing newspaper, the *Reforma*, tried to keep it, in the majority of the stages, as a legal problem between an individual and the administration of the government of the Federal District.

La Jornada sought other secondary framings presenting the immunity removal as a national issue and sometimes as an economical issue; as well as an issue that involved the Mexican society as a whole and, on a limited number of occasions, as an international issue. The *Reforma* used the framing by presenting the capital's governor as a difficult person, problematic and disrespectful of the law or institutions. On the right-wing newspaper highlights the treatment as a local issue and rarely occurs with economical and international features.

During the 12 months and the different stages, *La Jornada* starred in the crisis, with full support to the Head of Government of Mexico City. By contrast, the *Reforma* performed an antagonist position, except from the upturn stage and final decline of the crisis, especially the latter, where his antagonism to Andrés Manuel López Obrador was nuanced, and it reached equity in the headlines used by the left-wing newspaper .

At the stage of mature of the crisis, from the 2nd to 10th April 2005, the two newspapers gave quantitatively an almost identical coverage. Out of the 935 entries recorded in the acute phase of the crisis, 57 percent were in *La Jornada* and the remaining 43 percent in the *Reforma*. The differences appeared in the qualitative journalistic aspects, attributes and frames. Qualitatively *La Jornada* presented the issue at its best areas, elements and journalistic genres, contrary to what it was used by the *Reforma*, that used its best tools in addressing negatively the issue of the immunity removal of López Obrador.

When comparing the two media, we found that in the information with positive attributes, the left-wing newspaper participated with 69.6 percent of the cases that addressed the issue, compared to 30.4 percent of the *Reforma*. In contrast, in publications with negative characteristics, the newspaper run by Carmen Lira Saade, *La Jornada*, added up to 18.4 percent; while the *Reforma*, owned by Alejandro Junco, participated with 81.6 percent.

In the use of identity fields of protagonist –in favor of Andrés Manuel-, antagonists -against him-, and the audience, supposedly neutral, *La Jornada* decreased the framings and negative attributes of the antagonists, which in some cases were transformed into protagonists, bringing the newspaper reaffirms its strategy to support

the Head of Government. Meanwhile, the *Reforma* converts the supposed identity fields of actors or information sources involved, protagonists into antagonists.

Conclusions

The mass media make use of its power of information control to influence the opinion of their audiences, in order to present and set not only the issues but also the attributes, characteristics and frames of the matter published in its informative media.

The issue of the immunity removal of the Chief of Government of Mexico City, Andrés Manuel López Obrador, allows one to know in detail the information handling carried out by two national newspapers of general information, *La Jornada* and the *Reforma*, in a situation of political-electoral crisis, in which decisions benefit or affect the community, so it makes a significant weight in society.

The theoretical framework and the methodology used, allowed to identify the use of frames and to determine the phases of a governmental-electoral-political crisis and the behavior of stakeholders, including the two newspapers chosen in the phases of the crisis and particularly in the mature stage.

Unable to specify the ability of the media to shape reality, which was not an objective of the research, we do identify the use of quantitative and qualitative journalistic variables, frames and attributes, and specifically, positive and / or negative appraisals by those involved in the crisis of immunity removal, between them and openly by the two analyzed media, *La Jornada* and the *Reforma*.

Undoubtedly, in situations of political crises, such as the immunity removal of the Head of the Federal District, the mass media, or at least the two analyzed, *La Jornada* and the *Reforma*, made use of quantitative and qualitative journalistic tools as well as frames to influence the perception of its audiences on the removal of constitutional immunity, so they were not mere transmitters of information, but they were involved, as protagonist, the first of them, and antagonist the second, in the crisis studied.

Finally, we cannot affirm, nor object, that the treatment of frames and attributes of *La Jornada* and the *Reforma*, in the crisis of the immunity removal of Andrés Manuel López Obrador, conditioned the election results for President in 2006.

SEGUNDA PARTE

MARCO TEÓRICO

5. LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN.

Un marco teórico fundamental para iniciar el debate

A lo largo de la historia de la humanidad la forma de comunicarse y transmitir el conocimiento ha sido una de las áreas más fascinantes y estudiadas por el hombre. La transmisión del conocimiento vía oral, por medio de imágenes y posteriormente a través de la escritura, permitió la sobrevivencia de los hombres. El conocimiento y la información siempre han sido sinónimo de poder y de acceso limitado.

La invención de la imprenta entre los años de 1440 y 1450 por Johannes Gutenberg provocó un cambio en la sociedad al contar con un mecanismo que permitía la reproducción de los textos de una forma más rápida y amplia; si bien no se le atribuye a Gutenberg la masificación, con la imprenta moderna se tenía la posibilidad de reproducir más rápidamente los documentos. La evolución de los medios masivos de comunicación, que inician con la prensa, ha facilitado el acceso al conocimiento y a la información, que se ha visto masificada con la invención del cine a partir de 1892 por los hermanos Lumière; de la radio en 1900 por Guillermo Marconi y de la televisión en los años treinta, cuando se realizan las primeras transmisiones. En los años más recientes, las tecnologías de la información y comunicación (TIC's), principalmente a través del internet, han masificado, aunque con sus limitantes, el acceso a la información y al conocimiento.

Ante la expansión de los medios masivos de comunicación en el siglo pasado, se iniciaron los trabajos de investigación sobre el poder que tienen los media en la sociedad y su uso por los individuos en tres vertientes como proponen De Fluer y Ball-Rokeach (1993) en lo psicosocial para determinar la influencia de los media sobre las personas en los aspectos psicológicos, sociales y culturales; 2) en lo estructural a partir de las condiciones políticas, económicas y culturales; y 3) en el comparativo para identificar las diferencias y semejanzas en la comunicación interpersonal y la de masas.

Las investigaciones sobre los efectos de los media (*mass communication research*) en una primera etapa calificaban a éstos como generadores de efectos totales, de persuasión directa, instantánea y homogénea. En una segunda etapa se le calificaron como productores de efectos limitados, al encontrar que los individuos recibían información de otros canales, no sólo de los media. En una tercera etapa, en la denominada sociedad de la información por Yoneji Masuda (1968) (1984), el impacto de los medios regresó a calificarse como poderoso tanto en las personas como

masivamente, principalmente por los resultados de las teorías de la *agenda setting* y del *framing*.

Las dos teorías citadas permiten conocer los efectos y alcances que tienen los medios masivos de comunicación en los individuos y en las colectividades, como el de ser transmisores de información que construyen cogniciones socialmente compartidas y aceptadas. La teoría de la *agenda setting* y del *framing* permite “enfaticar el poder de los medios para llamar la atención acerca de ciertas cuestiones y también para crear marcos de interpretación de los acontecimientos sociales. Se destaca su capacidad para definir los temas acerca de los cuales una sociedad ‘debe’ pensar y debatir a cada momento”. (D'Adamo et al, 2007: 121). Pero los media no sólo establecen el en qué deben pensar, sino además el cómo deben pensar al estructurar el contenido de la información que presentan en sus audiencias.

La importancia de los medios en la última etapa de estudio radica en que nos conforman gran parte de nuestra realidad con los temas y los atributos que nos presentan sobre los más diversos aspectos de la vida. De forma específica, destaca el campo de la política, en el cual los media han pasado de ser transmisores de información a actores activos, involucrados en las esferas del poder político.

Doris Graber (1995) define a los medios de comunicación como un gobierno en la sombra, al estar éstos tratando de establecer, de forma constante y permanente, los temas políticos por discutir por los ciudadanos y los propios políticos; información que además contiene, en la mayoría de las ocasiones, una carga de atributos, que son transmitidos a sus audiencias.

De forma especial se registra una participación mucho más activa de los *mass media* en temas de crisis políticas, las cuales por sí mismas generan una cobertura y una demanda informativa más amplia. En este tipo de situaciones el tema se encuentra definido, por lo cual los actores involucrados, entre ellos los medios, quienes cubren el evento por antonomasia, buscarán influir y establecer los atributos de la información.

En las situaciones de crisis políticas los actores involucrados, en muchas de las ocasiones, toman parte de la situación crítica y se definen en tres posibles actores: protagonistas, antagonistas o audiencia. A partir de los tres roles, los implicados definirán los atributos por utilizar cuando aborden la crisis en cuestión, principalmente en los medios masivos de comunicación. Los propios media también toman uno de los tres papeles y cargan la información con atributos o características positivas, negativas o

neutrales para transmitir las a sus audiencias. De ahí la importancia de los *mass media* en las crisis políticas.

En las últimas décadas, los medios masivos de comunicación, como lo demuestran las investigaciones sobre los efectos en las audiencias, han regresado a tener efectos poderosos, lo cual es del conocimiento pleno de los propios medios, por lo que éstos no son personajes pasivos o meros transmisores de información, sino que se han convertido en actores fundamentales en la conformación de la realidad de sus consumidores, con el poder suficiente para definir el en qué y cómo deben pensar sus audiencias en los más diversos aspectos de la vida, fundamentalmente en el político.

En México, en 2005, se registró la crisis política del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, tema abordado ampliamente por la clase política, la sociedad mexicana y los medios masivos de comunicación, un año antes de las elecciones para Presidente de la República, en las que el gobernante capitalino, según las encuestas, era el candidato a vencer.

Los diferentes actores que se involucraron en la crisis del desafuero buscaban, a través de sus posturas positivas, negativas o neutrales, influir en la opinión pública sobre el tema. En esa búsqueda de establecer atributos y características, principalmente favorables y/o desfavorables sobre la crisis del desafuero, los medios masivos de comunicación son parte esencial para establecer el cómo deben pensar las audiencias, por lo que se libró una batalla para tal fin, en la que se vieron involucrados los más diversos actores, entre ellos los propios media.

5.1. EL ESTUDIO DE LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: *MASS COMMUNICATION RESEARCH*

La influencia de los medios masivos de comunicación (MMC) sobre los individuos ha generado un sinnúmero de investigaciones con diferentes niveles de influencia en los individuos y colectividades, desde la supuesta gran influencia o efecto total que provocaban en las personas, pasando por los efectos limitados o mínimos, hasta los efectos poderosos que tienen los medios masivos sobre los sujetos. Los estudios se han efectuado desde las más diversas perspectivas y áreas, los cuales continúan desarrollándose para dar una respuesta a las preguntas sobre el poder y/o nivel de influencia que tienen los medios masivos de comunicación en las personas.

Nuestra sociedad, en la que convergen infinidad de formas de pensar y ser, ha generado individuos, en su mayoría, mediados y mediatizados por la alta exposición y el

amplio consumo de los medios masivos de comunicación. Hans Mathias Kepplinger (1975) empleó el concepto de cultura mediática de Lippmann en el título de su libro de 1975, *Realkultur und Medienkultur* (La cultura real y la cultura mediática). Para Neumann, la cultura mediática consiste en aquello que nos ofrecen los medios, resultado de lo que seleccionan del mundo. Como el mundo real no está a nuestro alcance, a nuestra vista, ésta suele ser nuestra única perspectiva sobre el mundo (1995: 197).

Pero el gran avance de las nuevas tecnologías de la información y comunicación no ha impedido que la televisión se mantenga como el principal medio masivo de comunicación formando a sus consumidores desde temprana edad, en lo que Sartori (1998) define como Homo Videns. Y, a pesar de esta transformación del individuo que nos menciona Sartori, en la que se podría considerar a los medios con un poder omnipotente, los *mass media* han pasado de contar con un dominio total hacia sus consumidores a presentar una influencia limitada pero poderosa, principalmente a que éstos cuentan con otros medios y soportes para acceder a la información, además de poseer la posibilidad de escoger entre las opciones que se les presentan.

Este capítulo no pretende realizar una indagación exhaustiva sobre las investigaciones de los medios masivos de comunicación, sino establecer la participación o capacidad de los *mass media* en la influencia que éstos generan en sus audiencias, así como el potencial que tienen en la conformación e interpretación de la realidad para los individuos, como se ha demostrado en los estudios que se han realizado desde comienzos del siglo XX a la actualidad.

Al referirnos a la *Mass Communication Research* debemos hacerlo a través de las etapas que configuran la historia del estudio de los efectos de los medios. Podemos encontrarnos con diferentes interpretaciones ya que algunos autores la dividen en tres etapas y otros en cuatro. Lucas Marín, García Galera y Ruiz San Román (1999:202) presentan tres periodos sobre los estudios de los medios y diez años más tarde, García Galera, Vinuesa Tejero y Lucas Marín (2009:325) siguen refiriéndose a las tres etapas fundamentales sobre los efectos de los medios de comunicación.

En estos trabajos, al exponer los periodos del estudio de los efectos de los medios de comunicación, los autores se centran en la temporalidad como principal referente, así como en la superación o mejora del ciclo o periodo anterior:

- **Primera etapa:** 1920-1940. Efectos totales, *Strong effects* u omnipotencia de los medios masivos de comunicación.

- **Segunda etapa:** 1940-1970. Efectos limitados o mínimos de los MMC, se pone en duda los efectos omnipotentes.
- **Tercera etapa:** 1970 a la fecha. Efectos poderosos de los medios de comunicación, aunque con uso de elementos y premisas muy diferentes a los planteamientos del periodo 1920-1940, por lo que bien podríamos decir que no son efectos totales pero tampoco limitados o mínimos.

Pero, además María Lourdes Vinuesa (2009) añade a lo anterior una nueva interpretación sobre el estudio de los efectos de los medios de comunicación extraída de un trabajo realizado por Mauro Wolf (1987) y recogido en *Efectos sociales de los mass media*, en el cual se indica que “cada modelo que caracteriza un periodo viene sustituido –al ser superado– por el descubrimiento de nuevas variables, de otros aspectos del proceso de comunicación” (García Galera et al, 2009). Esta otra interpretación se conoce como “reconstrucción por coexistencia”, mientras que la tradicional es denominada “reconstrucción por ciclos”. No es un planteamiento que esté en contra de las etapas clásicas o tradicionales, sino que lo que hace Wolf es demostrar a la comunidad científica que esos periodos o etapas no pueden ser considerados periodos estancos o cerrados, sino que puede haber recorrido más duraderos, diferentes de aquellos a los que se consideró tradicionalmente en los objetivos del ámbito académico. Es decir, en una etapa pueden coexistir otros planteamientos⁸.

Mientras, McQuail (2000), Wolf (1987) y Muñoz-Alonso (1990) explican la presencia de cuatro etapas. 1) Periodo de creencia en la influencia poderosa y directa de los *mass media*, de 1920 a 1940. 2) Periodo de creencia en la influencia muy limitada o restringida de los *mass media*. 3) Periodo de transición y ciencia moderada en la capacidad de influencia efectiva de los medios y, 4) Periodo de nueva interpretación sobre la poderosa capacidad de influencia de los medios.

Por su parte, McQuail (2000) que también se refiere a cuatro etapas hace la siguiente presentación: 1) Media todopoderosos, la cual se inicia hacia 1900 hasta los últimos años de la década de 1930. En este periodo, se atribuye a los medios masivos de

⁸ Por ejemplo, en el caso de la primera etapa, no todas las investigaciones coincidieron en adjudicar un gran poder a los medios de comunicación, sino que hubo algunas que consideraron que podía tener efectos o no, que podían ser fuertes o no dependiendo de las características de las personas implicadas en el seguimiento del medio. Esto se demostró con los estudios que conforman lo que se conoce como “segunda generación del cine”, donde se descubrió que los visionados filmicos no siempre producían efectos poderosos sino que dependía de las características de los niños y jóvenes que los veían. Y lo mismo ocurrió con los efectos adjudicados a la retransmisión radiofónica de La guerra de los Mundos (1938), que fueron cuestionados por Cantril et al en *Invasión desde Marte* (1940).

comunicación la configuración de opiniones y creencias, la modificación de hábitos y la posibilidad de moldear el comportamiento de las audiencias; 2) Comprobación de la teoría de los medios poderosos, etapa que inicia de los años treinta y se prolonga hasta los sesenta; aquí se adjudicó a los media un poder considerablemente más modesto, principalmente por el número de variables que intervienen en el proceso de la comunicación, sobre todo, las influencias sociales; 3) Redescubrimiento de los media poderosos. La aparición de la televisión en los cincuenta y sesenta supone el inicio de esta nueva etapa al ser un medio que tiene un gran poder de atracción en comparación con sus antecesores, con implicaciones para la vida social. En esta etapa los efectos de los medios empezaron a ser analizados a largo plazo y teniendo en cuenta las percepciones de la audiencia. Y las investigaciones se centraron en la forma en que las organizaciones mediáticas procesan y dan forma a los contenidos. 4) Influencia mediática negociada, etapa que estudia la construcción de significados y la oferta sistemática a las audiencias, incorporada mediante una especie de negociación entre los *mass media* y las audiencias. En esta última etapa destacan dos líneas de investigación sobre los efectos mediáticos: a) como constructores de las formaciones sociales e incluso de la historia enmarcando las imágenes de la realidad y b) como creadores de las construcciones simbólicas que sirven para que las personas construyan su propia visión de la realidad.

5.1.1. Primeras teorías de los *mass media*. Efectos totales

Como se comentó en la nota 2, existen pequeñas diferencias para determinar el espacio temporal de las primeras teorías de los medios masivos de comunicación. Antonio Lucas Marín (1999), en su libro *Sociología de la Comunicación*, establece que la etapa inicial o las primeras teorías e hipótesis sobre los medios masivos de comunicación se presentan del periodo de 1920 a 1940, mientras Orlando D'Adamo señala que “desde principios del siglo XX hasta finales de la década de 1930” (2007: 29). Pero, lo cierto es que, al margen de esta diferencia temporal, sí hay coincidencia en señalar que los MMC ejercían una poderosa influencia en los ciudadanos que los consumían.

“En esta etapa inicial se consideraba que los medios de comunicación tenían una fuerte repercusión en la audiencia. Es en estos momentos cuando los investigadores acuñan el término *strong effects* u omnipotencia de los medios” (Lucas Marín et al, 1999: 202).

“En los inicios, los científicos sociales afirmaban, al referirse a los efectos de los *mass media*, que las técnicas de comunicación de masas eran significativamente potentes” (D'Adamo et al, 2007: 29).

Durante la primera etapa del estudio de los medios masivos de comunicación, destaca la teoría de la Bala Mágica o la de la aguja hipodérmica, ambas desarrolladas en el contexto de las dos guerras mundiales, y en el marco de la Teoría de la Sociedad de Masas que consideraba a los individuos como receptores pasivos que perciben de una forma casi homogénea los mensajes y que solamente responden a los estímulos enviados a través de los medios masivos de comunicación en forma mecánica y se encuentran conformados en masas.

La supuesta total capacidad de los medios masivos de comunicación para influir en las personas y en la sociedad en su conjunto se afianzó “tras lo que ocurrió en la Unión Soviética y, más tarde, en la Alemania Nazi, donde los medios de comunicación se vieron obligados a servir a la propaganda de las élites del partido en el poder. Antes de que este siglo llegara a su primer tercio, se había consolidado la opinión, difundida y fundada de que la publicidad masiva podía gobernar a la gente e influir en las relaciones y alianzas internacionales. En general, se consideraba que las circunstancias necesarias para el poder mediático eran las siguientes: una industria mediática nacional capaz de llegar a la mayoría de la gente, un nivel de control monopolístico o autoritario en la cúspide o el centro, y un público aficionado y atraído por los media y vulnerable a sus atractivos manipuladores” (McQuail, 2000: 72).

En los años treinta, Harold Lasswell elabora su “paradigma” (1948: 84), que se sintetiza en la interrogante: ¿quién dice qué, a través de qué canal, a quién, con qué efecto? En las aportaciones de las investigaciones prevalecía el modelo conductista estímulo–respuesta. Lasswell era concluyente al indicar que “la propaganda es uno de los instrumentos más poderosos del mundo moderno” (1927: 220). Esto se debía, principalmente, a que el emisor enviaba el mensaje, siendo éste el único responsable de escoger el canal y el efecto que se transmitiría. Efecto que se produce de forma exclusiva en el receptor del mensaje, lo que reforzaba la teoría de la aguja hipodérmica.

Las premisas de Lasswell sobre los procesos de comunicación de masas son resumidas por Wolf en tres puntos:

“a) Dichos procesos –de comunicación de masas– son exclusivamente asimétricos, con un emisor activo que produce el estímulo y una masa pasiva de destinatarios que, ‘atacada’ por el estímulo, reacciona.

b) La comunicación es intencional y tiende a un fin, a obtener cierto efecto, observable y medible en cuanto da lugar a un comportamiento de alguna forma relacionable con dicha finalidad. Esta última está en relación sistemática con el contenido del mensaje.

c) Los papeles de comunicador y destinatario aparecen aislados, independientes de las relaciones sociales, situacionales culturales en las que se producen los procesos comunicativos” (1987: 31-32).

Los medios eran considerados en esa época muy poderosos, con grandes capacidades para manipular a las audiencias, tanto de forma individual como colectiva, por lo que lo que se transmitía en los medios era tomado por sus consumidores de forma “pasiva, homogénea y masificada, sin capacidad de respuesta personal a los mensajes” (Alsina, 1996: 55).

La teoría de la bala mágica es resumida por DeFleur y Dennis en los siguientes términos: a) los medios de comunicación presentan mensajes a los miembros de la sociedad, considerada una sociedad de masas, quienes los perciben de forma más o menos uniforme e igual; b) los mensajes son estímulos que influyen significativamente las emociones y sentimientos de los individuos; c) los estímulos llevan a los individuos a responder de manera uniforme, provocando cambios en los pensamientos o conductas de ciertos sujetos similares a los cambios producidos en otras personas; d) los efectos de los medios de comunicación de masas son, pues, poderosos, uniformes y directos (Lucas Marín et al, 1999).

En las primeras teorías del impacto directo, la omnipotencia de los medios de comunicación de masas era tal porque se consideraba que tenían la facilidad de persuadir a sus consumidores de forma inmediata y efectiva. De tal manera que los receptores eran considerados sujetos totalmente pasivos, vulnerables a los mensajes que se transmitían a una sociedad, homogénea y masificada, por lo cual los efectos eran directos sobre las actitudes y el comportamiento de los individuos. Los medios llegaban a tener la posibilidad de dirigir, manipular, influenciar, modificar al individuo-masa, quien no tiene posibilidad alguna de evitar el poder de los medios, al grado que “cada miembro del público de masas es personal y directamente atacado por el mensaje” (Write, 1975: 79).

El otorgamiento de todopoderosos a los MMC en la primera etapa se reforzaba ante la supuesta pasividad otorgada tanto a los individuos como a la masa, que se debía principalmente a que “el comportamiento humano estaba regido por mecanismos

biológicos heredados, dispositivos emocionales e irracionales que estaban asimismo presentes en la concepción de la sociedad, lo cual queda plasmado en obras como la de LeBon (1985), *Psicología de las masas* y en la de William McDougall (1908), *Psicología del Instinto*” (D'Adamo et al, 2007: 30).

Los estudios señalaban que un mensaje bien presentado a través de los medios masivos llegaba a tener un efecto total, instantáneo en los individuos, quienes eran totalmente vulnerables. No existía una diferenciación entre los consumidores de los medios, sino que recibían y percibían los mensajes de forma homogénea. Un acontecimiento que provocó el inicio del cambio de paradigma de esa sociedad inerte, aunque muchos de los defensores de la teoría de los *strong effects* hacían uso de él para demostrar la inamovilidad de los consumidores de los *mass media*, se registró el 30 de octubre de 1938 en los Estados Unidos de Norteamérica, cuando Orson Welles⁹ a través de un programa de radio narró una supuesta invasión marciana a la tierra, que amenazaba a toda la humanidad. Este hecho hizo que se otorgase un gran poder al radio porque mucha gente reaccionó huyendo, rezando, llorando,... pero un trabajo sobre las dimensiones de esta narración realizado por Cantril y publicado en 1940 introdujo otras cuestiones a la hora de valorar el posible efecto de los medios de comunicación. Si bien es cierto que en *The invasión from Mars: A study in the psychology of panic* se hace referencia al gran impacto de dicha retransmisión “probablemente jamás se ha visto tanta gente súbita e intensamente conmocionada en calles y paseos de todas las localidades del país como durante la noche en cuestión” (Cantril 1940/2005: 45), lo cierto es que se descubrió que no todo el mundo reaccionó de la misma manera puesto que el impacto dependía de las características de las personas que escucharon la narración.

“No todas [las personas], ni muchos menos, creyeron que se trataba de noticias. Y no todos aquellos que pensaron que la invasión se les echaba encima se comportaron igual ante el peligro” (Cantril, 1940: 99). Los datos indicaron a este investigador que el comportamiento de las personas no había sido homogéneo y que había que distinguir por lo menos cuatro categorías de entrevistados: “1) los que comprobaron la naturaleza de la emisión se dieron cuenta de que no podía ser real, 2) los que compararon la

⁹ El programa radiofónico se calcula que fue escuchado por aproximadamente seis millones de personas, según datos del sondeo realizado por AIPO (Instituto Americano de Opinión Pública). Los resultados de la encuesta señalaban que alrededor del 12 por ciento de los norteamericanos había sintonizado el programa de Orson Welles, quienes a la pregunta “Cuando escuchaba el programa, ¿creyó usted que era una dramatización o una información real?, el 28 por ciento admitió haber aceptado la transmisión como un noticiero y, a su vez, el 70 por ciento de los que creyeron que estaban escuchando noticias se asustaron”. (D'Adamo et al, 2007: 34).

emisión con otras informaciones y advirtieron que se trataba de un guion radiofónico, 3) los que trataron de contrastar el programa con otras informaciones pero aun así siguieron creyendo que se trataba de un boletín de noticias y 4) los que no intentaron comprobar la emisión radiofónica ni el suceso” (Cantril, 1940: 146).

Además, Cantril, desde una visión psicológica, registró situaciones más precisas de cómo percibieron los consumidores de la radio la supuesta invasión de extraterrestres en la Tierra como lo indica D’Adamo. “1) Los individuos con mayor capacidad crítica fueron los que contaban con niveles de educación e información más altos y que, además, no se encontraban abrumados por la situación económica ni por las condiciones sociales inestables prevalecientes en ese entonces desde la crisis de 1929. 2) Los más pobres y agobiados por la inseguridad económica, en cambio, tenían una mayor tendencia a creer en la veracidad de la transmisión” (2007: 36).

Ante los resultados, que Cantril denominó “capacidad crítica”, se pueden determinar dos aspectos fundamentales que influyen en los individuos cuando hacen uso o consumen los MMC: el nivel educativo y la posición económica, puntos que llegaban a ser determinantes para la percepción que tendrían las personas sobre lo que se hacía público en los *mass media*.

Por su parte, la teoría de la percepción selectiva tiene bastantes coincidencias con lo expuesto por Cantril. Con resultados casi similares se presenta la teoría de la percepción selectiva. Lowery resume las aportaciones en cinco puntos: “a) los medios de comunicación transmiten mensajes a los miembros de la sociedad de masas, pero estos mensajes son recibidos e interpretados de manera selectiva; b) las bases para esta «selectividad» residen en las diferencias en los hábitos de percepción de los miembros de la sociedad; c) las diferencias en los hábitos de percepción tienen lugar debido a que cada individuo posee un conjunto único de creencias, actitudes, valores, necesidades y formas de gratificación que han sido adquiridas mediante aprendizaje; d) debido a que la percepción es selectiva, la interpretación, retención y respuesta a los mensajes de los medios de comunicación es también selectiva y varía según los individuos; e) así, pues, los efectos de los medios de comunicación no son ni uniformes, ni poderosos, ni directos; sus influencias son selectivas y limitadas por las diferencias psicológicas individuales” (Lucas Marín et al, 1999).

Lowery y Cantril descubrieron que los consumidores de los medios masivos de comunicación no registraban de igual manera la información que era lanzada sino que existían diferencias marcadas en los individuos. Al existir variaciones entre los sujetos

que se exponían a los *mass media*, la omnipotencia de los medios quedaba en entredicho. Algunos sujetos podrían ser más influenciables que otros, no había una respuesta uniforme tal y como se pensaba. Se iniciaba un cambio de paradigma y se dejaba atrás a los efectos totales o *strong effects* de los medios masivos de comunicación.

Por su parte, Wolf subraya que la “superación y la inversión de la teoría hipodérmica tuvo lugar a través de tres directrices distintas pero en muchos aspectos tangenciales y superpuestas: la primera y la segunda basadas en trabajos empíricos de tipo psicológico–experimental y de tipo sociológico; la tercera directriz representada por la aproximación funcional a la temática global de los *mass media*, en sintonía con la afirmación a nivel sociológico general del estructural–funcionalismo” (1987: 35).

5.1.2. Segunda etapa. Efectos mínimos o limitados

A partir de los años cuarenta se inicia un nuevo paradigma en los medios masivos de comunicación, las investigaciones nos muestran unos *mass media* con efectos limitados. Los individuos registran diferentes niveles de influencia y persuasión, no es una masa homogénea como en la anterior sino que existen diferencias individuales que empiezan a ser reconocidas y aceptadas.

Los efectos directos o *strong effects* pierden vigencia ante las nuevas investigaciones empíricas que desplazan a las teorías psicológicas como la psicología de masas de LeBon, el conductismo de Watson, el condicionamiento de Pavlov y los estudios de las fuerzas biológicas de McDougall. Wolf destaca que “la teoría de los media resultantes de estudios psicológicos experimentales consiste sobre todo en la revisión del proceso comunicativo entendido como una relación mecanicista e inmediata entre estímulo y respuesta: evidencia (por primera vez en la investigación metodológica) la complejidad de los elementos que entran en juego en la relación entre emisor, mensaje y destinatario” (1987: 36).

Si con la teoría de la aguja hipodérmica o bala mágica se estudiaba la persuasión de los *mass media*, en la segunda etapa se empezará a investigar sobre la influencia de los medios masivos de comunicación y la que se genera en las relaciones sociales. Lewin (1935), Lazarsfeld, Berelson, Gaudet (1944) y Merton (1949) son algunos investigadores que dejan atrás los estudios psicológicos y parten de estudios empíricos–sociológicos, en los que las audiencias son intermediadas.

Sin que se retire del todo la aceptación de que los individuos comparten comportamientos y por lo tanto la existencia de similitudes en las masas, D'Adamo subraya que empiezan a predominar las “ideas propias del cognitivismo y, desde el punto de vista de la comunicación de masas, bajo la consideración de que los *mass media* son mecanismos a través de los cuales se transmiten ideas a enormes audiencias, surgen preguntas respecto a cómo esos mensajes podrían afectar a las estructuras cognitivas individuales, así como si el aprendizaje se reflejaría de alguna manera en los comportamientos” (2007: 41-42).

En esta etapa los individuos reciben información por los medios masivos de comunicación pero no son grupos homogéneos sino sujetos que forman parte de grupos sociales y comunidades más amplias. D'Adamo los describe como “sujetos en los que la información recibida impactará en el individuo según la forma en que sea interpretada y valorada por los grupos sociales a los que pertenece: familia, amigos, compañeros de trabajo. Esas personas, además de ser receptoras también pueden ser, potencialmente, emisoras de influencia y de significados sociales y políticos” (2007: 43). Además de concebir a los ciudadanos con la posibilidad de valorar la información por sí mismos, se reconoce la capacidad de ser emisor y por lo tanto también la de convertirse en mediadores de la información.

Además, en los estudios no sólo se describe la posibilidad que se tiene de valorar la información, sino que se presentan conclusiones sobre la capacidad de seleccionar la información, en diferentes fases, con un corte netamente cognitivo. De Fluer y Ball-Rokeach (1989) describen la posibilidad de que las audiencias cuenten con una exposición selectiva, atención selectiva, percepción selectiva, memoria selectiva y acción selectiva. D'Adamo dice que “la selectividad de las funciones cognitivas sugiere que las personas atienden o se exponen sólo a aquellas informaciones que resultan consistentes con sus creencias y puntos de vista” (2007: 43).

Por su parte, Wolf expone que no solamente las personas de forma individual son capaces de seleccionar la información, sino también las audiencias a través de cuatro factores relativos: 1) interés por adquirir información; 2) exposición selectiva; 3) percepción selectiva; y 4) memorización selectiva. La primera de ellas la describe como la escasez de interés y de motivación por parte de las audiencias y las personas a ciertos temas, lo que genera apatía social y por lo tanto dificultad para la búsqueda de información al respecto. Dicha situación se puede dividir en dos, aquellas personas que por no estar expuestas al tema lo desconocen y se registra un desinterés natural y otras

que a pesar de haber estado expuestas a información sobre el tema en cuestión, al no existir interés, no hay motivación para conocer más sobre éste, al grado que “cuanto mayor es la exposición a un determinado tema, tanto mayor es el interés y, a medida que el interés aumenta, mayor es la motivación de la gente para saber más” (Wolf, 1987: 39).

La exposición selectiva permite a los sujetos exponerse a la información más afín a sus intereses, más cercana, que comulgue con lo que se les está presentando, que sea congruente con sus formas de pensar, de sentir, que esté de acuerdo con sus valores y actitudes. La atención selectiva de igual forma supone permanecer atentos a la información que sea de su interés, que sea congruente con sus valores y actitudes, que no represente disonancia con su persona.

Para D’Adamo este tipo de percepción “se encuentra emparentada con todos aquellos procesos que inciden en la transformación y modelamiento del significado del mensaje que se ha recibido de modo acorde con las actitudes y valores de quien lo recibe” (2007: 43). De la misma forma, Klapper subraya que los miembros del público no se presentan ante la radio, la televisión o el periódico en un estado de desnudez psicológica; están, al contrario, revestidos y protegidos por predisposiciones existentes, por procesos selectivos y por otros factores” (1963: 247).

Respecto a la memorización selectiva, los estudios establecen que los sujetos tendrán una tendencia a recordar la información que sea de su agrado, más cercana a sus intereses; aquella que no genere una disonancia cognitiva y, por tanto, tenderán a olvidar aquella que les desagrada. Wolf acentúa que “los aspectos coherentes con las propias opiniones y actitudes son mejor memorizados que los demás, y esta tendencia se acentúa a medida que pasa el tiempo de exposición al mensaje. Finalmente la acción selectiva es el resultado de la exposición, atención, percepción y memoria selectiva, en la cual los sujetos actuarán de forma congruente a sus valores, actitudes, intereses, sentir, pensar y gustos” (1987: 44).

También resalta la importancia de la selectividad, no solamente por parte del receptor, debido a que el emisor debe conocer los valores, actitudes, gustos de los receptores, lo que le permitirá provocar una mayor adición, influencia o persuasión. Ante esta situación, destaca que es necesario conocer las preferencias respecto a los medios de comunicación de los diferentes grupos de población, debido a que gran parte del efecto de cada programa particular está predeterminado por la estructura de la audiencia. Las audiencias buscan y se exponen a la información más afín a sus actitudes

y evitan los mensajes que les resultan discordantes. Las campañas de persuasión son recibidas sobre todo por personas que ya están de acuerdo con las opiniones presentadas o que en cualquier caso están ya sensibilizadas a los temas propuestos (Wolf, 1987).

Asimismo, indica, citando a Lazarsfeld que “los efectos reales y potenciales de la radio deben por tanto ser estudiados en dos direcciones. La primera es analizar quién escucha y por qué. Después, pero sólo después, tendrá un sentido estudiar los cambios provocados por la radio, si la gente la escucha” (Wolf, 1987: 40-41).

La posibilidad de seleccionar la información o temas por parte de los sujetos en el proceso de comunicación permitía llegar a conclusiones como la de Klapper:

“Si la gente tiende a exponerse según sus propias actitudes y sus propios intereses, y a evitar otros contenidos, y si, además, tiende a olvidar estos otros contenidos apenas aparecen ante su vista y si, por último tienden a desfigurarlos cuando los recuerda, entonces no hay duda de que la comunicación de masas muy probablemente no modificará su punto de vista. Es mucho más probable en cambio que refuerce las opiniones preexistentes” (1963: 247).

Al igual que la teoría de la selectividad, Festinger, (1957) con su teoría de la disonancia cognitiva, presenta a unas audiencias y consumidores de medios con la posibilidad de aceptar o rechazar la información que se transmite en los *mass media*, al grado de sostener que si la disonancia se hace presente, por resultar incómoda, las personas harán todo lo que esté a su alcance para reducirlo y lograr la consonancia. Y no sólo intentarán reducirla, sino que también tenderán a evitar cualquier situación o información que pudiera resultar desfavorable o llevar a aumentarla.

Las investigaciones en esta etapa ya no se centran en la psicología de las personas, son estudios empíricos que tienden a ser de tipo sociológico en los que se explica la intervención de grupos sociales y la selectividad de los propios individuos para escoger la información que es de su interés y la cual puede ser comunicada por ellos mismos con un sesgo al exponerse, percibir, memorizar y transmitir la información que va de acuerdo con sus valores, actitudes, gustos y creencias, lo que los convierte en mediadores que transmitirán la información que seleccionaron.

Es en la obra clásica *The People's Choice* (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1944), que nace de una investigación llevada a cabo sobre las elecciones presidenciales norteamericanas de 1940 en el Condado de Erie, donde se descubre el papel de la influencia personal sobre la influencia de la comunicación de masas en la esfera

política. Esto resalta que algunas personas atendían más al intercambio informal de ideas con otras personas que al uso directo de los medios de comunicación de masas.

Según Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, al ser mediadores de la información, las personas tienen la capacidad de convertirse en líderes de opinión, individuos “muy implicados e interesados en el tema y dotados de más conocimiento sobre el mismo” (1944: 49). Por lo tanto, no serán solamente los medios masivos de comunicación los que dotarán de información a las personas, la podrán obtener de otros canales, lo que disminuye el poder otorgado a los *mass media*.

Aunando a lo anterior, los MMC provocan efectos limitados en la sociedad, debido a que, como destaca Lazarsfeld (1955), al menos dos factores entran en juego respecto a la influencia de los medios de comunicación en las decisiones de voto de los ciudadanos: 1) los individuos son selectivos en el uso de los medios; y 2) la comunicación interpersonal es más efectiva que la comunicación de masas cuando se trata de influir o cambiar creencias y actitudes.

Al respecto, D’ Adamo subraya que “en todos los grupos sociales existen individuos que son particularmente activos y, por lo general, más sensibles que los demás a los intereses del propio grupo, así como también más proclives a expresar abiertamente sus opiniones” (2007: 47). A esa clase de individuos, Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1944), los denominó *opinion leaders*, quienes cuentan, en muchas ocasiones, como se señaló, con una mayor influencia.

La presencia de los líderes de opinión genera a su vez el proceso de flujo de la comunicación en dos escalones o *two step flow*, al pasar la información por un intermediario y no de forma directa de los medios masivos de comunicación al receptor final. De esta forma, la información que procede de los *mass media* no llega de manera directa a todas las personas sino que, en muchas de las ocasiones, es recibida y transmitida por los líderes de opinión a un mayor número de personas.

Para Lazarsfeld, Berelson y Gaudet “los líderes de opinión juegan un rol especial en la red de las relaciones interpersonales (...) las ideas a menudo fluyen desde la radio y la prensa hacia los líderes de opinión y desde ellos hacia los sectores de la población menos activos. [...] La influencia persona-a-persona alcanza a aquellas a quienes son más susceptibles al cambio y sirve como un puente sobre el cual los medios formales de comunicación extienden su influencia” (1944: 151-152).

A pesar de que en las investigaciones de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet se presenta a los medios como el principal emisor o el primer emisor, por lo que se podría

continuar calificando a los *mass media* de influir en la percepción de las personas, su capacidad se ve limitada cuando pasa por un intermediario, el líder de opinión, quien decidirá qué y cómo transmitir la información que posee. Wolf (1987) destaca que la información recibe una interpretación, se transforma y modela, por lo que el significado del mensaje recibido se marca con las actitudes y valores, a veces hasta el extremo de cambiar radicalmente el sentido del propio mensaje.

Los líderes de opinión tienen la capacidad de realizar una reinterpretación de los contenidos que los medios masivos de comunicación presentan, la cual es retransmitida a otras personas por los líderes, a quienes Cooley (1909) llamó “grupo primario”, teniendo éste la capacidad de ser fuente y mediador de la identidad individual por su capacidad desestructurada e íntima frente a un grupo secundario que es formal y estructurado.

A partir del concepto de grupo primario Lewin (1935) estudia la relación que se registra entre el grupo y el líder de opinión en los procesos de comunicación, donde se presenta que este último tiene la capacidad de controlar el flujo de opinión, lo cual denomina con el término de *gatekeeper*, con lo que contribuye a plantear que la influencia personal es más efectiva que los *mass media* y que éstos cumplen la función de ser un refuerzo de las opiniones y actitudes que tienen las personas sobre los temas. Klapper (1960) recoge esta idea diciendo que la capacidad de influencia de la comunicación de masas se limita sobre todo a reforzar valores, actitudes, posturas, sin poseer una capacidad real de modificarlos o manipularlos.

Una segunda investigación, realizada por Berelson, Lazarsfeld y McPhee (1954), publicada con el título de *Voting. A study of opinion formation in a presidential campaign* en 1954, corrobora la hipótesis de los efectos limitados, al señalar que la exposición a los *mass media* afecta cuando las personas pertenecen a un grupo social, por el nivel educativo y por su nivel socioeconómico; y se presentan otros dos motivos que limitan la influencia de los MMC: el sexo y los niveles de integración personal.

Por otra parte, DeFluer y Dennis (1996) demostraron, a través de una investigación con soldados norteamericanos, que las diferencias individuales eran una variable clave para definir los efectos de los *mass media* en los consumidores, en la audiencia. Los resultados, en general, fueron que los militares con una educación más alta aprendieron más de la información que se les proporcionó a través de proyecciones que aquellos con un nivel más bajo. Éstos, pues, venían a subrayar la importancia de las diferencias individuales respecto de las influencias y percepciones de los *mass media* o

en palabras de Katz la “*audience*, la cual era concebida como una agregación de clases de edad, de sexo, de capa social, etc., pero se prestaba poca atención a las relaciones implicadas en ellas o las relaciones informales. No es que los estudiosos de la comunicación de masas ignorasen que los integrantes del público poseían familias y grupos amistosos; pero se consideraba que todo ello no influenciaba el resultado de una campaña propagandística: las relaciones informales-interpersonales eran consideradas irrelevantes respecto a las instituciones de la sociedad moderna” (1969: 113).

La influencia personal, según demuestran los estudios, representa un mayor peso que la influencia de los medios masivos de comunicación, no solamente en los asuntos de carácter político-electoral, sino también en las decisiones de consumo doméstico, preferencias cinematográficas, entre otros.

Otro estudio que presentó resultados similares fue el de Merton (1949) sobre los líderes de opinión de 1949. Se destaca, igualmente, la presencia de líderes de opinión que influyen en otras personas al transmitir la información, pero introduce una diferencia al localizar dos tipos de líderes: los de opinión local y los cosmopolitas. Los primeros suelen ser personas que llevan muchos años en la comunidad y que mantienen numerosas relaciones sociales. Los cosmopolitas, en cambio, suelen ser muy selectivos en sus redes de relaciones personales. Gran parte de su vida la han pasado fuera de la comunidad y poseen un conjunto de conocimientos, capacidades o habilidades específicas que los legitiman como expertos, aunque sólo en áreas temáticas particulares.

Para D’Adamo “la tesis de los efectos mínimos o limitados encuentra su fundamento en tres aspectos vertebradores: la aceptación del concepto de actitud; la acción de los mecanismos selectivos a nivel psicosocial individual; y la ubicación de los procesos comunicacionales dentro de contextos sociales más amplios” (2007: 45).

Las conclusiones de la teoría del *two step flow* o de los dos pasos son contundentes respecto de que la influencia más importante está en el contacto cara a cara porque las discusiones políticas entre las personas eran mencionadas en un mayor número de ocasiones que las exposiciones a la radio o a la prensa. Pero, con el paso de los años, la irrupción de la televisión genera un nuevo cambio en los resultados de las investigaciones sobre los medios masivos de comunicación. En los años cuarenta, aunque ya existía eran muy pocos los hogares que disponían de un aparato de televisión que, en Norteamérica, no alcanzaba el millón frente a los 30 millones de hogares con radio, por lo cual los estudios se basaban en esa época en la radio y la prensa.

A diferencia de los años cuarenta y principalmente ante la expansión de la televisión como el principal medio masivo de comunicación, los estudios electorales han cambiado de forma radical, y establecen que los *mass media* tienen mayores efectos e influencia que en los años cuarenta. “Durante la elección que tuvo lugar en los Estados Unidos en 1996, Dautrich y Hartley (1999) preguntaron a un panel de 500 votantes seleccionados al azar cuáles habían sido sus fuentes de información durante la campaña. Cuatro de cada cinco respondieron que las noticias de los medios habían sido la fuente principal, mientras que menos de uno de cada diez citó las ‘conversaciones con otras personas’. A fin de informarse, el 72 por ciento de los participantes veía la televisión, el 60 por ciento leía los periódicos y el 51 por ciento escuchaba la radio” (D’Adamo et al, 2007: 51).

5.1.3. Tercera etapa. Efectos poderosos.

Este periodo se establece a partir de los años setenta, en el cual se estudian los efectos de los *mass media* a partir del auge de la televisión como principal medio masivo de comunicación, y por el alto consumo, por parte de la ciudadanía, del citado medio, así como de la prensa y la radio, que se convertirán en las principales fuentes de información, entretenimiento, moda, compras, etc. para las personas, al grado de convertirse en una sociedad mediada y mediatizada.

Los efectos que generan en los receptores de los medios de comunicación masivos son considerados en esta etapa como muy poderosos. En este periodo, los investigadores “toman en consideración en sus análisis desde el tamaño y estructura al estilo u organización de los medios” (Lucas Marín et al, 1999: 209). Por su parte, D’Adamo, García Beaudoux y Freidenberg establecen el regreso al poder de los medios a finales de los años sesenta, principios de los setenta, cuando se abre una nueva etapa “en el estudio del impacto de los medios de comunicación de masas sobre la opinión pública. En ella se enfatiza el poder de los medios para llamar la atención acerca de ciertas cuestiones y también para crear marcos de interpretación de los acontecimientos sociales. Se destaca su capacidad para definir los temas acerca de los cuales una sociedad ‘debe’ pensar y debatir en cada momento” (2007: 121).

El salto que se registra del *two step flow* no solamente se debe por el cambio de tecnología, de pasar de la prensa y la radio a la televisión, sino también tiene que ver con aspectos sociales, culturales y políticos. Así, los consumidores de los medios dependen más de la información que aparece en los *mass media* durante las campañas

políticas y los eventos importantes, y en menor medida de los líderes de opinión (D'Adamo et al, 2007).

Los estudios realizados después de los años setenta en campañas y procesos políticos-electorales demuestran que los *mass media* provocan mayores efectos que en los inicios de la segunda etapa. “Esa tendencia es comprensible si se considera que, en aquellos años, las decisiones de los votantes estaban más relacionadas con la homogeneidad política de sus asociados: la mayoría de los votantes pertenecía a grupos políticamente homogéneos. La declinación en la homogeneidad política de los grupos primarios guía a convicciones más débiles entre los votantes y, por lo tanto, permite mayores latitudes para la influencia de los medios de comunicación de masas” (D'Adamo et al, 2007: 51).

Los líderes de opinión y el grupo primario pierden influencia. En la tercera etapa la familia, la historia personal, los amigos y los compañeros de trabajo dejan de ser calificados como los actores que generan la mayor influencia en los individuos tanto en la política como en otros órdenes sociales, para regresar a ser los principales protagonistas los medios masivos de comunicación: televisión, radio y prensa.

Aunado a lo anterior, de forma particular en los procesos político-electorales, se registran cambios en los cuales desaparecen las lealtades partidarias y se nota una mayor influencia de los *mass media*. Popkin (1994) comenta que los conflictos políticos actuales cortan de manera más transversal los grupos sociales, lo que significa que los votantes provienen de familias, agrupaciones y lugares de trabajo menos homogéneos que en sus creencias y preferencias políticas.

Asimismo, los *opinion leaders*, una de las principales bases de los efectos limitados, disminuyen considerablemente su poder y grado de influencia como mediadores de la información para apenas desempeñar su función de filtro en la difusión de temas, informaciones y opiniones. Böckelmann dice que ha cambiado radicalmente la función de los líderes de opinión y por lo tanto de los *mass media*: “es probable que, por tanto, la mayor parte de los mensajes de la comunicación de masas sea recibida de forma directa, sin pasar, para difundirse, por el nivel de comunicación interpersonal: esta última se presenta como ‘conversación’ sobre el contenido de los media (*opinion-sharing*) más que como un instrumento del paso de influencia de la comunicación de masas a cada destinatario particular (*opinion-giving*)” (1975: 123).

Dentro de los estudios políticos—electorales, se ha encontrado que las personas tienden a predisponerse para ser influenciadas por los líderes de opinión, como el

realizado en Eire Country, Ohio, EEUU en 1940 durante la campaña presidencial de F. D. Roosevelt y Wendell L. Willkie, *The people choice* (1944) en la que Lazarsfeld, Berelson y Gaudet llegan a la conclusión que en las opiniones de los votantes durante el proceso electoral señalado, la principal fuente de información y de mayor influencia son otras personas.

A pesar de la disminución en el poder conferido a los *mass media*, el potencial que empieza a ser analizado y otorgado a la televisión, que es superior a cualquiera del resto de los medios masivos de comunicación, permite dar el salto a la tercera etapa, y calificar a los media como muy poderosos. Sartori subraya que “el video está transformando al *homo sapiens* producto de la cultura escrita, en un *homo videns*, para el cual la palabra está destronada por la imagen” (1998: 11-12), al grado que se establece que la televisión empobrece las capacidades cognitivas de las personas, pues no requiere una atención plena por parte del consumidor, como sucede con otros medios.

“El esfuerzo cognitivo que importa, esencialmente la lectura y, más secundariamente, la atención al medio radiofónico, no son compatibles ni comparables con la exposición a imágenes ya editadas y procesadas como las de la televisión, muchas veces repetidas en varias ocasiones en un mismo día, que no requieren ni de esfuerzos de atención ni de pensamientos parangonables con la atención, interpretación e inteligibilidad demandadas en un mensaje escrito ni incluso por un mensaje radiofónico” (D'Adamo et al, 2007: 52).

Además del establecimiento del concepto de *homo videns*, en el aspecto político, el investigador italiano va más allá y acuña el término de “videopolítica”, a partir de su libro con el mismo nombre: *Videopolítica: medios, información y democracia de sondeos* (Sartori, 2003), en el cual resalta la importancia de la televisión en los procesos políticos-electorales al grado de que es necesario que los políticos se adapten a la lógica y al lenguaje de la televisión, principalmente en entretenimiento, imagen e instantaneidad, y no al revés, por lo que es la televisión la que manda y ordena.

Las conceptualizaciones de la televisión como el medio masivo de comunicación todopoderoso, principalmente en la política, son descritas por Debray, quien establece que vivimos “en la era de la videoesfera, en la que imperan las videocracias, el videoestado, los teleelectores y predomina la clase político-mediática... [por lo que] quien concentra las miradas concentra los sufragios...” (1995: 53).

La televisión crea a su vez un nuevo tipo de líder de opinión, quien transmite la información, con sus comentarios y una alta credibilidad desde el propio medio, disminuyendo con ello el poder del líder de opinión que era el intermediario entre el *mass media* y la sociedad. Para D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg, se registra un cambio hacia lo que denominan como el *two step media flow*, “que significaría el reemplazo de los tradicionales líderes de opinión por otros que ofrecen sus interpretaciones desde la pantalla del televisor” (2007: 86-87).

Esta tercera etapa destaca por dos puntos fundamentales: el aumento exponencial de los elementos que intervienen tanto en los medios masivos de comunicación como en sus audiencias; y las diferentes perspectivas, modelos y áreas desde las que parten para los estudios y el análisis de la influencia de los *mass media* en sus consumidores.

Las investigaciones, al tomar en cuenta los diferentes atributos de los medios masivos de comunicación, concluyen que éstos generan a su vez diversos efectos en sus consumidores; así como que estos últimos no son inertes ni homogéneos, por lo que se deben tomar en cuenta las características particulares y grupales, las cuales también son determinantes en el poder de los medios.

“La multiplicación de los elementos por analizar en los media se refleja en la aportación de McLeod y Reeves (1980), quienes consideran que para contestar algunas cuestiones sobre los efectos de los medios de comunicación hace falta tomar como referencia una serie de elementos como: el número de tipos de efectos potenciales; la complejidad del estímulo de los *mass media*; los problemas específicos relacionados con la verificación de los efectos; la variedad de estrategias para llegar a conclusiones desde la observación; la historia propia y la estructura actual del campo de la investigación sobre los efectos de la comunicación” (Lucas Marín et al, 1999: 221).

Los efectos que se registran, por ejemplo, en la televisión son diferentes a los que se generan cuando se hace uso de la radio o la prensa “En investigaciones más recientes se plantea la posibilidad de que existan otros elementos que determinan el tipo e intensidad de los efectos que los medios de comunicación provocan en la audiencia” (Lucas Marín et al, 1999: 211).

Los medios masivos cuentan con diversas características que les permiten generar una mayor o menor persuasión sobre sus audiencias. En la televisión es preponderante la imagen, en radio el habla y en la prensa la palabra escrita. Además,

cada uno cuenta con atributos tanto positivos como negativos para influir en sus audiencias.

De la misma forma que diversos factores intervienen en los *mass media*, las personas no son influidas con la misma intensidad porque los individuos también registran diversas variables que los hacen totalmente heterogéneos, entre las cuales destacan las variables sociodemográficas de cada consumidor: edad, sexo, nivel socioeconómico, ingresos, nivel educativo y ocupación, las cuales son imprescindibles para el estudio de los efectos de los medios en las audiencias.

Lucas Marín, García Galera y Ruiz San Román subrayan la existencia de más elementos que se deben analizar y tomar en cuenta en las audiencias para el estudio de los *mass media*, al indicar que “los individuos pasivos son más fáciles de persuadir que los pensadores independientes, especialmente si se trata de una fuente de información de reconocido prestigio y credibilidad. De igual forma, las personas con un alto coeficiente intelectual se ven más influenciadas por argumentos lógicos y menos por argumentos emocionales que aquellas personas con un coeficiente intelectual inferior” (1999: 211).

La aceptación de un amplio número de elementos que intervienen tanto en los medios masivos de comunicación como en sus audiencias, a partir de un mayor número de investigaciones sobre los *mass media*, ha generado, en las últimas cinco décadas, los más diversos planteamientos. Lucas Marín, García Galera y Ruiz San Román resaltan a partir del paradigma de Lasswell, que “los factores que intervienen en el proceso de influencia o cambio pueden agruparse en cuatro categorías que responden, en cierta medida, al esquema de la comunicación planteado: «Quién dice qué, mediante qué canal, a quién, con qué efectos»: 1) características de la fuente del mensaje (¿digno de credibilidad o no?); 2) características del contenido del mensaje (¿expone claramente las ideas?, ¿apela a la razón o a los sentimientos?); 3) características del canal (¿es la televisión más persuasiva que la prensa?); 4) características de la audiencia (sociodemográficas, circunstanciales)” (1990: 220).

Dentro de los estudios de la teoría sociológica del estructural-funcionalismo, el estudio de los medios se centra en la presencia cotidiana de los medios masivos de comunicación en la sociedad, con la hipótesis de los usos y gratificaciones, en la cual se subraya que los consumidores responden de forma diferente a los medios, pasando “de los usos como funciones a las funciones de los usos” (Wolf, 1987: 77). Ante un mayor número de medios y sus soportes, los medios compiten entre sí y con otras fuentes de

información en las que el público busca gratificaciones, que podrían derivarse del contenido mismo de la comunicación, del acto en sí de exponerse a los medios o al contexto social en el que se produce el uso (Roda Fernández, 1989).

Se destaca que diferentes individuos pueden recibir un mismo mensaje de forma distinta y que pueden responder de formas diversas, por lo que la interrogante cambia radicalmente y pasa de ser ¿qué hacen los medios masivos de comunicación en las audiencias o personas?, a ¿qué hacen los individuos con los *mass media*? Se discute que la eficiencia de los medios depende de sus usuarios, de la eficacia que le de el receptor a partir de la satisfacción de sus necesidades. Pero los individuos presentan diferentes elementos o características, lo que también genera diferencias en el efecto que llegan a producir los medios en las audiencias.

Noelle-Neumann (1995) explica que las distintas características de la audiencia constituyen un factor relevante a la hora de analizar los cambios en las actitudes. Entre estas características, las que tienen una mayor relevancia son el nivel educativo; las diferentes características de la personalidad; el ambiente social; el grado de convicción respecto a una actitud; y las circunstancias externas.

“La audiencia la integran las personas, y los usos que éstas hacen de los medios de comunicación son muy diferentes, dependiendo de los objetivos que persigan. Pero no sólo la audiencia hace uso de los *mass media* con diferentes objetivos en tiempos diferentes; los sujetos tienen también características personales distintas, lo cual afecta al modo en que responden ante argumentos persuasivos” (Lucas Marín et al, 1999: 211).

La satisfacción de las audiencias y/o individuos ha sido abordada en diversos estudios y por diferentes autores, llegando a la conclusión de que los receptores buscan a los medios de comunicación que les generan el mayor número de gratificaciones. Katz, Gurevitch y Haas (1973) indican que las necesidades que cubren los medios de comunicación se pueden concentrar en cinco grupos: las cognoscitivas, las afectivas-estéticas, las integradoras a nivel de la personalidad, las integradoras a nivel social o refuerzos de contactos interpersonales, y las necesidades de evasión, relajación y/o distensión.

Desde el enfoque de los usos y gratificaciones, la premisa central es la motivación o necesidad que tienen las audiencias para exponerse a un determinado medio de comunicación. Para Katz, Blumler y Gurevitch (1973) el interés de las investigaciones sobre los usos y gratificaciones se resume en siete apartados: 1) los

orígenes sociales y psicológicos de 2) las necesidades, las cuales generan 3) expectativas de 4) los medios de difusión y otras fuentes, que llevan a 5) pautas de exposición a los medios, dando lugar a 6) las gratificaciones de las necesidades y 7) otras consecuencias.

Las investigaciones desde la teoría de los usos y gratificaciones son divididas en dos grandes apartados por D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg (2007): la primera en la los años cuarenta y está compuesta por los estudios de tipo descriptivo; la segunda se presenta a partir de los años sesenta, y las investigaciones están encaminadas a clasificar los motivos que tienen las audiencias en exponerse a los medios masivos de comunicación.

Los análisis a partir del enfoque de los usos y gratificaciones continúan hasta la actualidad pero desde cuatro premisas a saber:

1. Los usos que la gente hace de los medios son funcionales, selectivos y están gobernados por motivos e intenciones.
 2. La selección, utilización e interpretación activa de ciertos medios y contenidos que hacen las personas se dirigen a satisfacer necesidades psicosociales.
 3. Las expectativas que las personas depositan en los medios y sus contenidos están guiadas por predisposiciones personales e interacciones interpersonales.
 4. Los medios de comunicación compiten con otras fuentes, pasatiempos y actividades de evasión para la gratificación de las necesidades de la gente.
- (Rubin, 1996)

A partir de los estudios de las teorías sobre los efectos y la de usos y gratificaciones, D'Adamo, García Beaudoux, y Freidenberg, (2007) citando a Rubin, nos dicen que ha surgido un nuevo campo de investigación el de los usos-efectos, el cual establece una relación más compleja, al combinarse y analizarse actitudes y motivaciones, las cuales llegan a determinar el consumo, así como implicación de los receptores y los efectos de la comunicación.

Con la presencia de una audiencia cada vez más activa como consumidores, que tiene la capacidad de satisfacer necesidades en los medios masivos de comunicación, se convierte no solamente como receptor, sino que tienen la posibilidad de ser emisores de mensajes de retorno o *feedback* a los *mass media*, que serán tomados en cuenta por los medios.

Ante la posibilidad que tienen las audiencias de seleccionar las fuentes de información que más le satisfagan, los receptores tienen un grado de control ante los medios, por lo que tratarán de evitar a los media y/o los mensajes que no se encuentren en consonancia con lo que buscan, y buscarán aquellos con los que se sientan más cómodos. Por ello, Ulloth, Klinge y Eells (1983) señalan que si bien los *mass media* no pueden cambiar las opiniones ya establecidas previamente por la audiencia, pueden formar opiniones en aquellas áreas donde no existen previamente puntos de vista definidos.

Las teorías del reforzamiento de las opiniones en las audiencias por parte de los *mass media* son consecuencia directa de la presencia de la televisión y de la masificación de su consumo. Los estudios que se llevan a cabo después de la aparición de la TV registran una dualidad según Noelle-Neuman (1973): por un lado, aquellos investigadores que como Klapper consideraban que los efectos de este nuevo medio de comunicación eran de reforzamiento de la conducta o de las actitudes de la audiencia; y, por el otro, aquellos que creían que los efectos de la televisión se manifestaban en un cambio en las conductas, actitudes o formas de pensar de los sujetos.

“Ciertos tipos de comunicación sobre ciertos temas, presentados a ciertos tipos de personas, en ciertas condiciones, tienen ciertos tipos de efectos” (Berelson, 1948: 172). Estas palabras de Berelson han supuesto el inicio del estudio sobre el efecto refuerzo. Aunque el principal investigador de la capacidad de los medios masivos de comunicación como reforzadores más que como agentes de cambio en las audiencias es Klapper, en su libro *The effects of mass communication* (1960) maneja como tesis central: “abandonar la tendencia a considerar la comunicación de masas como causa necesaria y suficiente de los efectos que se producen en la audiencia, para pasar a considerar a los medios como una influencia más que actúa junto a otras influencias en una situación total” y con la conclusión de que la influencia de los *mass media* es por lo general “una causa cooperante de los efectos, a menudo es una causa necesaria, y en determinadas ocasiones una causa suficiente” (Klapper, 1960: 5-7).

El libro de Klapper, que es una de las investigaciones más amplias sobre efectos de los media, se divide en dos secciones. En la primera aborda los tipos y efectos persuasivos de los media sobre sus audiencias, en los que destaca el efecto de refuerzo; la creación de opinión sobre nuevos temas; el cambio de actitud o conversión; y concluye con la narrativa de las situaciones en las cuales los medios masivos se ven favorecidos en persuadir a sus consumidores. La segunda sección analiza los crímenes y

la violencia en los media; el contenido evasivo de los *mass media*; estudia a la audiencia infantil que consume programas de adultos; y por último la pasividad de las audiencias en el consumo de los media, principalmente la televisión.

En el efecto de refuerzo de Klapper (1960) se destacan cinco situaciones que permiten el citado efecto: 1) Las predisposiciones para la exposición, percepción y retención, que al ser selectivas hacen que los efectos de los media se encuentren en los intereses y opiniones de la gente; 2) Los grupos y normas de los grupos, con lo que en muchas de las ocasiones sus opiniones y actitudes corresponden a las normas de los grupos a los que pertenecen o desean pertenecer. 3) La difusión interpersonal de los contenidos, en donde los individuos amplían la información obtenida en los medios, principalmente, a los grupos primarios para su refuerzo. 4) El liderazgo de opinión e influencia personal, destaca por los líderes de opinión, quienes son expertos en el tema y cuentan con fuentes de información fidedignas, solventes, especializadas, por lo que llegan a tener una mayor influencia que los propios medios masivos de comunicación. Y 5) La naturaleza comercial de los medios, los que ante la homogeneidad y amplitud de las audiencias, presentan lo más aceptado, los valores establecidos en la mayoría para no perder audiencia y ser competitivos comercialmente.

En cuanto a la creación de opinión sobre nuevos temas, se nos dice que “en aquellos temas desconocidos o sobre los que la audiencia no tiene información, los medios son más eficaces hasta el punto de decir que en situaciones de incertidumbre social la influencia de los medios puede llegar a ser enorme en la introducción o definición de los temas” (Klapper, 1960: 5).

En el cambio de actitud o conversión de las audiencias, Klapper señala que esto sucede en pocas ocasiones y cuando ocurre es porque el individuo está predispuesto al cambio y cuando se dan procesos selectivos de exposición, percepción y retención. Aunque también puede deberse a la desaparición o cambio del grupo al que pertenece, así como a la capacidad que tienen los medios de persuadir (*persuability*) a las personas, la cual es diferente en los individuos al ser unos más susceptibles de ser persuadidos que otros por los medios.

En cuanto a la eficacia de la persuasión, Klapper (1960) distingue cuatro factores que inciden en ésta: 1) La fuente, debido a que se registra una mayor persuasión con fuentes que son consideradas por las audiencias como confiables, especializadas, solventes y/o de prestigio y a la inversa. 2) Las características de los medios también son factores que permiten una mayor o menor persuasión. Comenta que

los medios cuentan, al igual que las fuentes, con un prestigio, lo que permite diferentes niveles de persuasión hacia sus consumidores aunque acota que la eficacia de los media varía según el tema que se aborde. Por todo ello, recomienda un uso combinado de medios y el contacto personal directo. 3) El contenido y la forma de presentar la información generan una mayor o menor persuasión. Para audiencias con un mayor nivel educativo la comunicación es bilateral, aquella que se presenta tanto con argumentos positivos como negativos del tema; mientras que los consumidores menos instruidos son más factibles de ser persuadidos con información unilateral. Asimismo, indica que cuando se presentan de forma explícita conclusiones son más eficaces que cuando se deja a las audiencias analizar la situación y llegar a conclusiones por sí mismas. En este punto, subraya que una de las principales formas de persuadir es la repetición; así como cuando la información ofrece satisfacción a las necesidades existentes de la audiencia, que cuando se crean nuevas necesidades y posteriormente se ofrece una solución. Y 4) El clima de opinión, el cual para lograr una mayor persuasión debe ser acorde al clima de opinión debido a que los individuos tienden a sumarse a la opinión mayoritaria.

Por otra parte los crímenes y la violencia en los medios de comunicación son muy estudiados, sobre todo en la televisión, porque se considera que este tipo de contenidos provocan efectos en sus audiencias, principalmente en la infantil y juvenil, hasta el punto de generar comportamientos criminales y violentos. Las investigaciones señalan que no existe una causalidad entre la violencia de los medios y la delincuencia porque, realmente, la violencia en los medios es inofensiva para la mayoría, aunque puede ser nociva para algunos.

De los efectos de evasión nos dice que destacan por su presencia, especialmente en la televisión, a través de contenidos fantásticos, fuera de la realidad. Estos contenidos no tienen los mismos efectos en todos los consumidores puesto que para algunos generan: adicción, falta de madurez, apatía social y falta de capacidad para enfrentarse a la vida, mientras que en otros genera una relajación saludable, madurez y disminuye impulsos agresivos. Los estudios en la radio consideraron como posibles efectos el proporcionar desahogo emocional en el género femenino y consejos para la resolución de los problemas de la vida cotidiana.

Para los efectos en la audiencia infantil que consumen programas de adultos, principalmente en la televisión, se analiza la cobertura de temas exclusivos para los

adultos, primordialmente en situaciones de conflicto, resultando la afectación de las representaciones o ideas que tienen los infantes sobre los adultos.

Respecto de la pasividad de las audiencias en el consumo de los media, se señala que los medios en general, pero de manera más intensa la televisión, generan consumidores con un nulo sentido crítico y con una creatividad muy disminuida, aunque los resultados son contradictorios y algunos concluyen que ver televisión no provoca pasividad en su audiencia.

Klapper subraya que “la fuente podrá controlar lo que se dice, pero no podrá controlar lo que la audiencia escucha y piensa de lo que escucha” (1960: 383). Y llega a tres conclusiones:

- A. que el efecto de los mensajes de los medios de comunicación que predomina con mayor frecuencia es el de refuerzo de las actitudes, opiniones y/o conductas de la audiencia;
- B. que el segundo efecto más común es el de producir un cambio de escasa intensidad o de poca importancia en las opiniones que los receptores pueden tener sobre un determinado tema;
- C. por último, que la conversión o cambio radical en la forma de pensar o actuar del receptor es la condición menos común que puede observarse (Klapper, 1960).

El estudio de Klapper, genera el cambio de paradigma de las investigaciones psicológicas de los efectos, y se abre a la aparición de estudios más amplios sobre los medios masivos de comunicación con los que se regresa a los estudios y teorías que destacan la influencia de los *mass media* en la sociedad actual: la teoría de la *agenda setting* de McCombs y Shaw (1972), la espiral del silencio de Noelle-Neumann (1973) entre otras grandes teorías, y que, hasta la fecha, se siguen utilizando en investigaciones en diferentes partes del mundo.

Wolf sintetiza en tres puntos los cambios registrados en los efectos de los *mass media*: “a) no ya estudios de casos individuales (sobre todo campañas), sino cobertura global de todo el sistema de los media centrada en determinadas áreas temáticas; b) no ya datos extraídos principalmente de las entrevistas al público, sino metodologías integradas y complejas; c) no ya la observación y estimación de los cambios de actitud y de opinión, sino la reconstrucción del proceso con que el individuo modifica su propia representación de la realidad social” (1987: 157).

Los principales cambios en los estudios de los media se registran en el tipo de efecto, el cual ya no es sobre las actitudes, valores y comportamiento de las audiencias, sino que pasa al efecto cognoscitivo. Y, respecto de la temporalidad, se considera que los efectos son acumulativos que se van consolidando con el paso del tiempo y que conocemos como efectos a largo plazo.

Wolf indica que desde los estudios de los efectos limitados “se dan anotaciones significativas para la redefinición del problema, en particular el hecho de que la eficacia de los media –incluso en la situación de campaña– consiste a menudo en su capacidad de modificar la imagen de lo que es o no es importante, de los temas o problemas principales en el contexto de la batalla electoral” (1987: 162).

Dentro de las nuevas teorías de la comunicación de masas, el matrimonio Lang y Lang califica a los *mass media* como algo más que un simple canal de comunicación, debido a que éstos no solamente presentan la política a los electores, sino que ejercen influencia al “filtrar, estructurar y enfatizar determinadas actividades públicas, el contenido de los media no se limita a transmitir lo que los portavoces proclaman y lo que los candidatos afirman [...] No sólo durante la campaña, sino también durante los periodos intermedios, los medios ofrecen perspectivas, modelan las imágenes de los candidatos y de los partidos, ayudan a promocionar los temas sobre los que versará la campaña y definen la específica atmósfera y área de importancia y reactividad que caracteriza a cada competición electoral” (Lang y Lang, 1962: 689).

De esta forma, los media no son simplemente transmisores o mediadores de la información que presentan, sino que tienen un grado de intervención en el momento de publicar o presentar los acontecimientos a sus audiencias, por lo que del modelo de transmisión se cambia a un proceso de significación, por lo cual los medios desarrollan un papel de constructores de la realidad.

“Mucho de lo que la gente sabe sobre la vida política ha sido aprendido de segunda o tercera mano, a través de los media. Éstos estructuran un contexto político muy real pero nosotros podemos conocer sólo –de lejos– [...]. Además de esto, los media estructuran también una realidad más amplia, no local, a la que es difícil sustraerse [...]. Hay algo invasor (*obtrusive*) respecto a lo que los media presentan, algo que hace su influencia acumulativa” (Lang y Lang, 1972: 694).

Ante los resultados de los Lang, se establece que los medios pasan de los efectos intencionales, a los efectos latentes, en donde las intervenciones de los media, que son totalmente dinámicas, en los mensajes que transmiten a sus audiencias, generarán

cambios cognoscitivos en los receptores, hasta el punto de dar forma a una determinada cultura. Para lograr lo anterior, Noelle-Neumann (1973) indica que son necesarias tres características o factores en los *mass media*: la acumulación; la consonancia y la omnipresencia.

El primer término, acumulación, se refiere a la capacidad de los medios de crear y presentar un tema a lo largo de un tiempo determinado, que le permita a la audiencia tener conocimiento de él por la repetición que ha generado. La consonancia es aquella información o tema que se presenta y tiene rasgos comunes o parecidos, lo que le permite ser más significativo y numeroso que aquellas que son diferentes. El tercer y último concepto es la capacidad en los media de presentar la misma información o tema no sólo cuantitativamente, sino que el asunto es público de forma amplia y a través de diversos medios, canales y soportes.

En líneas generales, Asp mantiene que “el cambio en esta perspectiva de los efectos ocurre por distintas razones, incluyendo las alteraciones en la percepción del proceso de influencia. Estas alteraciones o cambios se pueden apreciar en cada una de las fases: en la primera, los factores de contenido generaban efectos; en la segunda, se daba mayor importancia a las características de los individuos; en la tercera fase, tomamos en consideración tanto el contenido de los medios como las características de los sujetos” (1986: 193).

5.1.4. Nuevas teorías de la comunicación de masas

La influencia de los *mass media* en las últimas décadas se analiza principalmente, desde teorías y perspectivas que surgieron por la masificación de la televisión y su consolidación como principal medio de comunicación de masas, entre éstas se encuentran las ya mencionadas: teoría de la *agenda setting* de McCombs y Shaw; la espiral del silencio de Noelle-Neumann; o la teoría de los indicadores culturales o del cultivo de Gerbner (1973) y Gerbner y Gross (1980). Para McQuail (2000) la aparición de estas teorías supuso el inicio de la cuarta etapa.

Teoría del cultivo

Surge en los años sesenta en la Universidad de Pennsylvania y estudia la violencia, los estereotipos y las orientaciones que se presentaban en el nuevo gran

medio masivo de comunicación: la televisión. D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg consideran que la teoría de Gerbner no es una teoría de efectos, debido a que “no le interesa medir el impacto de los mensajes diseñados al estilo de Yale, con la intención de persuadir y afectar directamente opiniones y actitudes, sino delimitar las consecuencias que producen los mensajes televisivos no intencionales y destinados al público masivo, que cultivan en los televidentes ciertas asunciones básicas acerca de la realidad social y su funcionamiento” (2007:100).

La aportación de la teoría del cultivo reside en la idea de que los medios, especialmente la televisión, forman el universo social de sus consumidores a partir de una exposición sistemática y prolongada en el tiempo de mensajes repetitivos y estables que permitirán mantener las estructuras, valores, creencias y orientaciones sociales dominantes. Y, todo ello, permitirá la reproducción ideológica.

Para Gross, la teoría de Gerbner está dentro de los efectos a largo plazo y el medio que ocupa la posición central en la vida diaria es la televisión, “que domina nuestro entorno simbólico y sustituye con sus mensajes (distorsionados) sobre la realidad, la experiencia personal y otras formas de conocer el mundo. La televisión también se ha descrito como el brazo cultural del orden industrial establecido (que) sirve, sobre todo, para mantener, estabilizar y reforzar, en vez de alterar, amenazar o debilitar, las creencias y conductas convencionales” (1977: 180).

De esta manera gran parte de las audiencias de la televisión crean a través de su programación, principalmente la de ficción y los noticiarios, una visión estereotipada, distorsionada y selectiva de la realidad. La teoría del cultivo registra un carácter progresivo y acumulativo, que según McQuail “implica aprendizaje; luego, la construcción de una visión de la realidad social acorde con las circunstancias y experiencias personales (como pobreza, raza, sexo) y también con la pertenencia al grupo de referencia” (2000: 548).

Para Katz (1980) la teoría del cultivo, los media, y de forma particular la TV, se constituyen como la principal fuente de información para las definiciones sociales y políticas de sus consumidores, además de abonar la existencia de ciertos sistemas de creencias produciendo efectos ideológicos porque la estructura latente de los mensajes perpetúa los intereses de la estructura del poder dominante.

D' Adamo (2007) indica que las representaciones sociales en la TV como la demografía, los roles de género y la violencia, analizadas desde la teoría del cultivo, se encuentran fuera de la realidad, como lo demuestran las investigaciones en donde el

perfil de los privilegiados es el de los individuos de género masculino, solteros y raza blanca, de clase media, profesionales liberales o ejecutivo de ocupación, exitosos y de mediana edad.

Los estudios realizados en Estados Unidos concluyen que la clase media está sobrerrepresentada y la clase trabajadora, al contrario, está menos representada y, lo mismo ocurre con las personas menores de 18 años y los mayores de 65 años, que también están menos representados. Respecto a las representaciones conforme al género, las mujeres se encuentran subordinadas tanto económica como profesionalmente a los hombres. El género femenino se dedica principalmente a la familia, al hogar, actividades domésticas y cuidado de los infantes; además de adjudicárseles la ternura, pasividad y el atractivo físico. El género masculino desempeña, por el contrario, un papel profesional y aparecen como talentosos, racionales, estables y con poder. En lo que se refiere a la violencia, no se presenta de forma aleatoria, cuenta con patrones regulares y estables, y son las mujeres las principales víctimas. En segunda posición en este *ranking* aparecen los hombres de color, seguidos por los extranjeros, los ancianos, así como las personas que pertenecen a las clases altas y bajas. El delito es 10 veces más habitual en la programación de máxima audiencia de la televisión que en la realidad.

De esta forma la televisión y los media generan gran parte de la normatividad social y la definición de situaciones reales que enfrentan las audiencias de forma cotidiana, al punto de señalar que los individuos que consumen más televisión se alejan de la realidad social existente para tomar el “retrato” o la información que proporciona la TV sobre el mundo. La influencia de la televisión en sus audiencias nos aporta tres tipos de consumidores según el tiempo de la exposición: espectadores blandos o ligeros, quienes se exponen al medio menos de dos horas al día; consumidores moderados, quienes se encuentran expuestos entre dos y cuatro horas al día; y televidentes duros o ávidos, que son aquellas personas que se encuentran frente al aparato más de cuatro horas en un día. Ante los tres niveles de consumo, los resultados señalan que una mayor exposición a la televisión provoca un mayor grado de aculturación, la cual puede llegar a que la percepción de las audiencias duras se aproximen más al mundo de la televisión que a la realidad que se presenta en datos estadísticos.

El alto consumo de TV generó dos conceptos que permitieron precisar a Gerbner, Gross, Morgan y Signonorielli (1996) por qué en ocasiones el consumo duro de TV crea sentimientos de miedo y victimización: sobreinclusión (*mainstreaming*) y

resonancia (*resonance*). D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg subrayan que en el primer término los factores socioculturales y demográficos, como el nivel de educación o el estatus socioeconómico, se ve anulado y absorbido en televidentes de alto consumo, por lo que “la alta exposición a la televisión produce un proceso de homogeneización de actitudes y creencias porque los individuos adoptan los puntos de vista de la corriente dominante o *mainstreaming*” (2007: 111). El segundo concepto se refiere a un efecto de “sobredosis” cuando las historias que se presentan en la televisión son congruentes o se reafirman, a través de experiencias personales y reales. Los consumidores lo viven, forma parte de su propia experiencia, como sucede con un televidente que ha sido víctima de un delito, lo que genera en sí sentimientos más grandes de victimización.

McQuail destaca que “según esta teoría de efectos mediáticos, la televisión proporciona a mucha gente un entorno simbólico, coherente y prácticamente completo, del que emanan normas, comportamientos y creencias sobre una amplia gama de situaciones reales. No es una ventana abierta al mundo ni un reflejo suyo, sino un mundo en sí. La investigación resultante presenta dos ramas: una orientada a la comprobación sobre la coherencia (y distorsión) del sistema de mensajes de la televisión, y otra, diseñada para comprobar, mediante análisis de encuestas, diversas creencias públicas sobre la realidad social, en particular las que se puedan contrastar con indicadores empíricos. La esencia del análisis consiguiente consiste en comparar las creencias sobre la realidad con la misma realidad, teniendo en cuenta los diversos niveles de exposición habituales en la televisión. Aquí hay algunas similitudes con las ideas subyacentes a la hipótesis de la confección de la agenda” (2000: 548).

La espiral del silencio

Otra de las principales aportaciones en las investigaciones sobre los efectos de los medios masivos de comunicación es la teoría de la espiral del silencio de Elisabeth Noelle-Neumann (1973, 1995) quien la denomina la hipótesis del silencio. En esta teoría o hipótesis convergen cuatro elementos: los medios masivos de comunicación; la comunicación interpersonal y las relaciones sociales; las expresiones individuales de opinión; y las percepciones de las personas sobre el clima de opinión¹⁰ en su entorno social.

¹⁰ “La expresión “clima de opinión” representa mejor que la de “opinión pública” la idea de una distribución de frecuencias, de una fuerza relativa de las diversas tendencias contradictorias. El término “clima”, además, trae a la mente la imagen del espacio y del tiempo, como el concepto de “campo” de Kurt Lewin; y “clima” también incluye el sentido más completo de lo “público”. (Noelle-Neumann, 1995: 108)

Noelle-Neumann establece que las personas cuentan con un sistema “cuasiestadístico” que les permite evaluar y medir las opiniones del resto de los individuos y de la sociedad, lo que les permite conocer si sus posturas se encuentran conforme a la mayoría, o en una minoría. Esto les permitiría unirse a quienes ostentan el mayor número de opiniones o no participar si se encuentra en inferioridad.

En el proceso de formación de opinión pública en temas controvertidos, Noelle-Neumann sintetiza en tres elementos la posibilidad de las personas de expresarse en público y no aislarse:

“1. La capacidad humana de percibir el crecimiento o debilitamiento de las opiniones públicas; 2. Las reacciones ante esta percepción, que impulsan a hablar más confiadamente o a callarse; 3. El temor al aislamiento que hace que la mayor parte de la gente tienda a someterse a la opinión ajena. Con estos tres elementos podemos construir una definición operativa de la opinión pública: opiniones sobre temas controvertidos que pueden expresarse en público sin aislarse” (1995: 88).

La investigadora alemana indica que cuando los individuos se encuentran en superioridad numérica con sus posiciones registran una participación más activa, una mayor participación al verse apoyados; mientras que, en el caso contrario, cuando se encuentran en minoría las personas tienden al aislamiento, caen en una espiral del silencio, y por lo tanto llevan a cabo una participación menos activa. De esta forma, se produce una ampliación en la percepción por parte de los que actúan activamente y una disminución en los que no participan.

Noelle-Neumann (1995) establece su teoría en cuatro supuestos que se relacionan entre sí, los cuales dan paso a un quinto supuesto que permite la explicación de la formación, mantenimiento y modificación de la opinión pública:

1. La sociedad amenaza a los individuos desviados con el aislamiento.
2. Los individuos experimentan un continuo miedo al aislamiento.
3. El miedo al aislamiento hace que los individuos intenten evaluar continuamente el clima de opinión.
4. Los resultados de esa evaluación influyen en el comportamiento en público, especialmente en la expresión pública o el ocultamiento de las expresiones.

El sistema cuasiestadístico de los individuos, que es la medición o percepción que tienen de sus opiniones respecto a las de los demás, les permite definir si se

encuentran entre los de la mayoría o de la minoría y de esta forma definen su participación o su aislamiento en los temas que se abordan o discuten en su entorno, por lo que el clima de opinión depende de quién hable o haga pública su postura, y de quien se queda callado, o que no disemine su posición, que es el quinto supuesto.

Los primeros trabajos de la espiral del silencio se basaron en *tests* sobre aspectos controvertidos, como el consumo de drogas, el aborto, la pena de muerte, construcción de termonucleares, en los cuales los entrevistados respondían con opiniones muy cercanas a las de la mayoría, en otras palabras, medían el clima de opinión imperante y se sumaban a él.

Un segundo supuesto que se puso a prueba, también de forma empírica por parte de la investigadora alemana, fue comprobar, a través del “*test* del tren”, si la gente adapta su conducta a la fuerza o debilidad aparente y percibida de las distintas posiciones. El resultado fue que se comprobó que quienes se saben poseedores de la opinión mayoritaria se pronuncian públicamente y quienes se saben en minoría tienden a callar. Además, los individuos son conscientes de que tienen la versión mayoritaria, piensan que el resto de las personas –las minorías– van a cambiar y pensarán igual.

Con un enfoque psicológico, la espiral del silencio encontró que en discusiones abiertas con temas controvertidos, los hombres están más dispuestos a participar que las mujeres, los jóvenes más que los adultos y las personas pertenecientes a un status social alto más que los individuos de estratos inferiores. Asimismo, es más probable ser la opinión mayoritaria si se cuenta con un grupo amplio de personas jóvenes o de un alto nivel educativo. Un segundo factor que permite manifestar la propia opinión es “el acuerdo entre las convicciones propias y la evaluación que cada uno realiza de las tendencias vigentes, del espíritu de la época, del ánimo de los que parecen más modernos, más sensatos; o sencillamente la sensación de que la gente ‘mejor’ está a nuestro lado” (Noelle-Neumann, 1995: 44).

De forma particular, en situaciones electorales se comprobó el efecto *bandwagon* o del carro ganador, en el cual “bajo la presión del poder de la opinión pública, cientos de miles – no, más bien millones – de votantes, habían participado en lo que después se llamaría ‘un vuelco en el último minuto’” (Noelle-Neumann, 1995: 18). En las etapas postelectorales se registra, regularmente, el mismo efecto, *bandwagon*, cuando se contabilizan los sufragios, el partido ganador registra un mayor número de votos; los votantes tienden a estar con el ganador.

Para Noelle-Neumann la máxima eficacia de la espiral del silencio o de sumarse a la mayoría y callarse si se es minoría se presenta cuando entran en escena los medios masivos de comunicación porque envían sus mensajes de forma unilateral, indirecta y pública logrando influir en la percepción de sus audiencias al establecer qué es lo que pueden decir y/o hacer sin peligro de caer en el aislamiento. Es decir, “los medios de comunicación crean opinión pública al hablar de ciertos temas y al resistirse a tocar otros” (D'Adamo et al, 2007: 115).

Los *mass media* tienen la capacidad de llegar a un mayor número de personas, lo que permite construir el clima de opinión de forma más rápida y amplia; además, “si logran captar la atención de los receptores, lograrían influir sutil, pero efectivamente en la formación de la opinión pública” (D'Adamo et al, 2007: 115).

Noelle-Neumann asegura que los medios masivos de comunicación son la principal fuente de información a partir de la cual se forman sus opiniones las audiencias; además que los periodistas son líderes de opinión, por lo que los media, en ocasiones a través de los informadores cuando se presentan situaciones de controversia o una marcada división en las opiniones, tienen la capacidad de generar un clima de opinión que favorezca a alguna de las posturas que se discuten.

Los medios masivos de comunicación además de generar el clima de opinión, subraya Noelle-Neumann, tienen la capacidad de establecer el orden del día: “comparando durante un periodo los temas subrayados por medios de comunicación con los procesos sociales reflejados en estadísticas y con las opiniones de la población sobre las tareas líticas más acuciantes, descubrieron que los medios de comunicación solían ir por delante de los otros dos fenómenos. Parece, pues, que ellos son los que suscitan los temas y los ponen sobre la mesa. Los investigadores estadounidenses inventaron, para describir este proceso, la expresión *agenda-setting function* (función de establecimiento del orden del día)” (1995: 202).

Por su parte McCombs (2003) ha asegurado que la *agenda setting* y la teoría de la Espiral del Silencio tienen bases psicológicas comunes. En la Teoría de la Espiral del Silencio, su componente nuclear es la suposición de que las personas no desean verse aisladas en público con sus opiniones, por ello cuando se enfrentan a temas conflictivos y cargados de valor asimilan continuamente la división de opiniones del entorno expresando las propias ideas de una forma tal que procure evitarlas del aislamiento social. Esto significa que los individuos, entre los que tienen la opinión mayoritaria,

están dispuestos a hablar mientras que los que se creen entre la minoría, por general, callan.

6. LA CONFORMACIÓN DE LA REALIDAD

Como se expuso en el apartado anterior, los medios masivos de comunicación juegan un papel fundamental en las sociedades actuales, principalmente por la amplia cobertura y penetración que se ha incrementado considerablemente en las últimas décadas. La situación en la que los medios de comunicación se convierten en una de las principales fuentes de información para los individuos tiene que ver con el registro de los acontecimientos que se generan en nuestro entorno y la presentación o publicación de éstos. McCombs (2004) señala que la mayoría de los conocimientos que las personas poseen acerca de las cuestiones públicas, la mayor parte de los temas y preocupaciones que capturan nuestra atención, no provienen de la experiencia personal directa sino de los medios de comunicación que actúan como la principal fuente de información.

Los medios masivos de comunicación son, además, una institución que ha ganado terreno en lo que respecta a los procesos de socialización de los individuos, rol que anteriormente le correspondía, principalmente, a la escuela, la familia y la iglesia, lo que permitía la interacción con otras personas del exterior de su grupo primario, y en las cuales los sujetos aprendían a socializar. El rol de estas últimas instituciones no ha desaparecido, al contrario, continúa con un papel prioritario, pero con el crecimiento de los medios masivos de comunicación, principalmente de la televisión y, en los últimos años, con las nuevas tecnologías como la Internet, se comparte.

Christian Doelker (1979) considera que la construcción de nuestra imagen del mundo se realiza cada vez más a través de los medios, que a su vez proporcionan una imagen del mundo; por consiguiente, nuestro concepto de realidad nace –según nuestra proporción de consumo de los medios– de experiencias mediatas y no tan sólo de experiencias inmediatas. Es decir, que los medios (casi) siempre están interponiéndose entre el sujeto y la realidad.

Gran parte de la realidad de los individuos proviene de los medios masivos de comunicación al estar de forma continua en la vida de los sujetos, lo cual genera una sociedad mediada¹¹ y mediatizada. Es mediada en el sentido de que la mayoría de los acontecimientos que conocemos no los percibimos de forma directa o personal, sino a través de los medios masivos de comunicación. Son pocos los sucesos a los que tenemos acceso sin estar mediados, no solamente los de carácter internacional o

¹¹ La RAE establece que mediada proviene del participio mediar, el cual a su vez proviene del latín *mediāre*, que significa “Interponerse entre dos o más que riñen o contienden, procurando reconciliarlos y unirlos en amistad. Existir o estar en medio de otras”.

mundial, sino los nacionales, regionales y hasta los locales. Respecto a estos últimos, tenemos que puntualizar que si bien son acontecimientos mediados, la intervención de los medios es menor porque en la mediación intervienen también las personas. Además, la mediación es cada vez mayor, en general, porque son pocos los sucesos en los que tenemos una presencia física en el lugar y tiempo o, como dice Florence Toussaint, “por la magnitud de los conglomerados humanos ya no es posible establecer comunicaciones eficientes sin instrumentos que sean mediadores y amplificadores de la expresión individual y grupal” (2004: 15 - 16).

Parece claro que una de las funciones de los medios de comunicación es ser mediadores entre los acontecimientos y la población. Luis Núñez Ladéese (1983) añade otras dos funciones de los medios de comunicación, al señalar que éstos son un instrumento de circulación de mensajes, que denomina función mediadora y que genera una relación entre el emisor y el receptor, que es la función difusora. Por último, indica la existencia de una función sustentadora, la cual se registra en el momento en que los medios de comunicación determinan la emisión y recepción durante la transmisión. El poder de los medios masivos de comunicación radica en la relación que se genera entre el emisor y el receptor, principalmente en el primero, al iniciar el establecimiento de la mediación; mientras que en el segundo, el receptor debe estar de acuerdo con la información que le es enviada o debe aceptarla, pero la capacidad o el poder del emisor es fundamental al ser éste el que escoge el medio o canal de transmisión, así como las características del mensaje por enviar.

Asimismo, Núñez Ladéese explica que “si nos situamos en el locus del emisor, el medio modifica, potencia, amplifica o restringe las condiciones de la emisión. Desde el punto de vista de esta función mediadora las condiciones del medio influyen alternativa o simultáneamente en las posibilidades de recepción del mensaje a partir de su emisión. Desde la emisión el medio fija o determina el grado de compromiso sensible que será necesario en el receptor para la recepción del mensaje, y en la graduación del esfuerzo receptivo” (1983: 111).

Los medios masivos de comunicación como difusores de la información van incrementado su potencial como transmisores y su número de receptores con la globalización y las nuevas tecnologías de la información al disminuir las distancias y posibilitar el traspaso de fronteras, salvo las excepciones de algunos países que bloquean la transmisión y zonas de difícil acceso; así como por la masificación de la tecnología. Respecto a la función sustentadora, Núñez Ladéese indica que, es aquella

que “conserva el mensaje durante el acto de comunicación”; por lo cual es posible que la “sustancia significante del signo persista durante un intervalo de tiempo. Esta persistencia puede o no ser fugaz, puede o no alcanzar una estabilidad, puede o no perpetuarse, pero en cualquier caso la vida y la obsolescencia del mensaje pertenecen a la calidad del medio empleado” (1983: 112).

Teniendo en cuenta las funciones que se adjudican a los medios, éstos presentan cuatro características fundamentales: “1) Facilitar el grado de contacto entre emisor, receptor y mensaje. Se trata de un contacto sensorial. 2) Superar las dificultades que la separación espacial entre emisor y receptor imponen a la efectividad de la comunicación. 3) Superar las dificultades que impiden la permanencia del mensaje. 4) Abrir las posibilidades de la comunicación plural” (Núñez Ladevéze, 1983: 114).

Los dos primeros puntos destacan la gran capacidad de los medios masivos de comunicación de mediar los acontecimientos que se presentan, ya no solamente en el entorno inmediato o local de los individuos, sino a través de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, al contar con la posibilidad de presentar en forma inmediata sucesos a nivel regional, nacional, internacional y mundial.

La ampliación en la capacidad de comunicación o transmisión en el espacio de cobertura aumenta exponencialmente el número de receptores, lo que permite la denominación de medios masivos de comunicación. Esta ampliación territorial y su masificación pueden ser posibles a través de “mediadores, cuya naturaleza y funciones institucionales son identificables; y porque utiliza instrumentos biológicos y tecnológicos, cuyas modalidades expresivas y difusivas pueden ser diferenciadas. Además, para interpretar el uso que hacen las instituciones mediadoras de los instrumentos comunicativos hay que distinguir entre los diversos medios según sus capacidades referenciales, narrativas y difusoras” (Martín Serrano, 1989: 80).

La mediación permite o facilita el manejo de la información por parte de los medios masivos de comunicación. Maxwell McCombs (2004) comenta que en casi todos los temas del repertorio público, los ciudadanos se las ven con una realidad de segunda mano, que viene estructurada por las informaciones que dan los periodistas de esos hechos y situaciones. La realidad de segunda mano, viene dirigida en muchas de las ocasiones por los medios masivos de comunicación, los que llegan a crear una realidad, al contar con la posibilidad de presentar los hechos a partir de los intereses particulares, debido a que son pocos los eventos a los cuales los sujetos tienen acceso y conocen de forma directa.

Enrique Guinsberg señala que “el *principio de realidad* es un aspecto central en la estructuración de los sujetos, y que el pensamiento y la conducta de los hombres estará basada en su idea de realidad: de allí la necesidad de dar un sentido a la misma o enmascarar el conocimiento de lo que no se quiere que se conozca. Es decir, que la "realidad" (con comillas) presentada no siempre es la *realidad* (sin comillas, aunque la discusión sobre lo que es esta realidad constituye una seria dificultad imposible de analizar en breves páginas). Los medios (sobre todo la TV) se han convertido en la fuente principal –por supuesto no la única– de suministro de los tres calmantes (satisfacciones sustitutivas, diversiones y sustancias embriagantes) de que hablaba Freud ” (1995: 2).

La posibilidad que tienen los medios de conformar o transformar la realidad de sus consumidores se da cuando presentan la información, supuestamente, tal y como sucedió en la realidad. Los media hacen público los temas que son de "importancia" tanto para éstos como para sus audiencias. Enric Saperas lo expone como “el conjunto de consecuencias de la acción comunicativa, de carácter público e institucional, que inciden en las formas del conocimiento cotidiano (de los saberes públicamente compartidos) que condicionan la manera en que los individuos perciben, organizan su entorno más inmediato, su conocimiento sobre el mundo, y la orientación de su atención hacia determinados temas...” (1987: 19). En otras palabras, las personas crean o conforman su realidad a partir, principalmente, de los medios masivos de comunicación, que son, como ya se ha señalado, los principales mediadores de la información.

Asimismo, esta posibilidad de creación o formación de realidad por los medios masivos de comunicación se genera principalmente en el momento en que la información se encuentra en el propio medio de comunicación. Depende de quienes trabajan en él, al contar con la capacidad de decidir, en una primera instancia, si se publica o no en función de una serie de atributos o características cualitativas periodísticas o mediáticas, además de proporcionar grados de valencia a la información que influye de forma directa en la percepción que tienen las audiencias. Núñez comenta que “las modificaciones que introduce el medio sobre los factores y circunstancias de la comunicación no afectan a la naturaleza del sistema simbólico sobre el que actúan, sino a la percepción, es decir, emisión, transmisión y recepción de dicho sistema” (1983: 119).

Sin ahondar en el tema de la conformación de la realidad de los individuos, el Teorema de Thomas, que constituye la piedra angular del social-constructivismo,

establece que “si los individuos definen una situación como real, esa situación es real en sus consecuencias” (2005: 27), por lo cual los medios masivos de comunicación logran conformar parte de la realidad y persuadir a sus audiencias en la forma de percibir los temas y/o acontecimientos que se generan en el mundo. Cabe destacar que los medios masivos de comunicación no son la única posibilidad que tienen los individuos para que se conforme su realidad como se mencionó anteriormente, aunque debemos reconocer que vivimos en una sociedad mediada y mediatizada.

El segundo concepto, mediatizada, se refiere al gran consumo de medios masivos de comunicación que se registra con la televisión en primer lugar, seguida de la radio y, en tercer lugar se encuentra la prensa, y, en la cuarta posición de los medios por el cual se informan las personas de los acontecimientos cotidianos se ubica el Internet (Macedo García, 2005)¹². Toussaint (2004) destaca que los medios constituyen la fuente primordial tanto de entretenimiento como de información de las capas mayoritarias de la sociedad. Para Doris Graber “la televisión se convirtió en la fuente de noticias políticas más utilizada por el norteamericano medio, quien se fía más de ella que de las noticias de la prensa escrita. Por eso mismo, en Estados Unidos la televisión está considerada como el medio políticamente más influyente en la formación de la opinión pública” (1995: 124).

En México, la televisión registra una alta penetración, como lo indica el “Anuario 2008-2009 Audiencias y medios en México” (Ibope, 2008), al señalar que en 2005 el 98.4 por ciento de la población contaba con por lo menos un equipo de TV. Por lo que respecta a los equipos receptores de radio, el 92,2 por ciento de los hogares mexicanos cuenta con un equipo (Gómez y Sosa-Plata, 2011). Sobre otros dispositivos de comunicación en el hogar, sólo el 24,1 por ciento de las viviendas de México en 2005 contaban con un equipo de cómputo; la videocasetera se encontraba en el 47,3 por ciento de las casas y la televisión de paga en el 24,0 por ciento de los hogares en 2005 (Ibope, 2008: 8). Respecto al tiempo dedicado a la televisión, en 2004 el consumo promedio por hogar en México alcanzaba las 8:31 horas, mientras que por persona la media era de 4:21 horas (Ibope, 2008: 28).

En cuanto a las preferencias en la programación televisiva, el estudio de “Los medios digitales: México” (Gómez y Sosa-Plata, 2011) indica que en 2004 el 49,50 por

¹² La licenciatura en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma del Estado de México realiza encuestas de consumo de medios de 2005 a 2015. En la encuesta de 2005, la pregunta específica fue: ¿por qué medio de comunicación se informa principalmente de los acontecimientos cotidianos? El 67,5 por ciento señaló que es a través de la televisión, 13,7 por ciento lo hace a través de la radio, 8,5 a través de la prensa y el 7,5 por Internet; el 4,6 por ciento restante los conoce a través de la familia y compañeros.

ciento de los televidentes veían noticiarios; el 39,20 por ciento, telenovelas (culebrones); el 24,40 por ciento, películas mexicanas; el 24,30 por ciento, programas deportivos; y el 22,50 por ciento, películas extranjeras. “En 2005, el tiempo promedio de ver televisión por hogar fue de 527 minutos al día. En 2009, se experimentó un incremento de 36 minutos. El tiempo promedio frente a la televisión por habitante pasó de 265 minutos a 281 minutos durante el mismo periodo” (Gómez y Sosa-Plata, 2011: 17).

En cuanto a otros medios masivos, como el cine, Ibope (2008: 61) indica que en 2005, el 62 por ciento no asistió en los últimos 6 meses a una sala; 39 por ciento fue al cine en los últimos 6 meses; 22 por ciento asistió en los últimos 30 días y solamente un 9 por ciento acudió a una sala de cine en los últimos 7 días. Respecto a los lectores de revistas, en el “Anuario 2008.-2009 Audiencias y medios en México” (Ibope, 2008: 60) para 2005 indica que 33 por ciento de los ciudadanos leían revistas sin una periodicidad fija; 18 por ciento eran lectores mensuales; 15 por ciento consumían revistas de forma semanal y 9 por ciento eran lectores quincenales.

En cuanto a los periódicos, el estudio de Ibope (2008: 57) establece que en 2005 el 32 por ciento de las personas leían diarios de lunes a domingo; el 23 por ciento, de forma semanal; y el 18 por ciento, sólo los domingos. “El número semanal de lectores de periódicos y revistas en la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey bajó ligeramente, pasando de 33 a 32 por ciento de la población entre 2005 y 2009. Mientras el número de lectores de periódicos disminuyó, las revistas mostraron una recuperación variable en las mismas ciudades”. (Ibope, 2008: 17)

Las estadísticas de Internet en 2004 indican que el total de usuarios en México era de 14,901,867¹³ (AMIPCI, 2004: 10-12), 16,0 por ciento de la población del país, de los cuales 53 por ciento eran hombres y 47 por ciento, mujeres. En cuanto a los usuarios de Internet por edad, el 24 por ciento tenía entre 13 y 24 años; el 42 por ciento, entre 25 y 45 años; y el 11 por ciento eran mayores de 45 años. Por nivel socioeconómico se tiene que los internautas del nivel ABC+ son el 69 por ciento, del C son del 40 por ciento, del D+ alcanza el 26 por ciento de usuarios y para los de menor nivel económico D y E solamente es un 10 por ciento los que tienen acceso a la red de redes. “Entre 2005 y 2009, la proporción de usuarios de Internet aumentó de 26 a 42 por ciento de la población total. El incremento fue mucho más elevado entre los jóvenes de 16 a 25 años

¹³ La Amipci (2004) señala que el total de usuarios que se presenta no incluye a individuos menores de 13 años y mayores de 65, ciudades menores de 100,000 habitantes y usuarios que acceden menos de tres veces al mes a la red.

de edad” (Ibope 2008: 18).

Pero los medios de comunicación no son simples mediadores o transmisores de información, tampoco espectadores, sino actores fundamentales en lo que se refiere a la conformación de la realidad para sus audiencias. Lejos se encuentra la postura de Lorenzo Gomis cuando dice que “Los medios pues sólo tratan de influir abiertamente a través de sus comentarios y éstos casi sólo la prensa los publica. Los medios electrónicos, aun cuando incluyan comentarios, los presentan en todo caso como colaboraciones o debates, como aportaciones informativas a una opinión que deberá hacerse el oyente. Pero la mayor influencia que se ejerce en los medios no es a través de los comentarios, sino de los mismos hechos. Y por lo tanto quien influye es quien aporta el hecho, ya sea el interesado en el hecho que le favorece, ya el interesado en el hecho que perjudica a su adversario” (1991: 161).

Gomis establece que los medios solamente buscan o tienen la oportunidad de influir en sus consumidores al momento de presentar un comentario sobre lo publicado, como es el caso de la editorialización de la información, o a través de los géneros periodísticos interpretativos (artículo, comentario, columna y el propio editorial), que son aquellos en los que el periodista, trabajador o colaborador del medio tiene la posibilidad de explicar o exponer su punto de vista sobre un acontecimiento o suceso. Pero descarta, aunque no del todo, el hecho de que los medios tienen una gran influencia decidiendo qué publican y qué no; en este punto el autor señala que el que influye es quien aporta el hecho, ya sea para favorecerse o para perjudicar a otro. “Los medios son en definitiva la arena donde luchan los productores de hechos para influir en el público, mientras que los que controlan el medio sólo relativamente se interesan en esa pugna. La propiedad de los medios aspira básicamente a obtener beneficios económicos y los que operan en ellos profesionalmente a dar noticias interesantes (y acompañarlas a lo más de comentarios inteligentes). Los más interesados en influir en los medios no son ni los que poseen ni los que trabajan en ellos. Curiosa situación” (1991: 161).

Pero no sólo los productores de los hechos se encuentran en la pugna, los propios medios son los principales actores que involucrados en la batalla por la agenda. Los *mass media* se han convertido en una de las principales herramientas con las que los individuos de una sociedad se informan y hasta conforman su “realidad”; asimismo, son actores fundamentales que buscan influir abiertamente en sus consumidores, en la conformación de esa realidad. Además de que los tres factores señalados por Noelle-

Neumann, y que ya hemos comentado en el apartado anterior (consonancia, acumulación y omnipresencia), permiten o generan efectos latentes y cambios cognoscitivos en sus audiencias. Los medios masivos de comunicación tienen la capacidad de determinar cuáles serán los temas que presentarán en sus espacios, así como los atributos de la información que será presentada a sus consumidores.

Los media, casi siempre, deciden cuáles serán los temas que van a presentar y las características o atributos de éstos, por lo que, como indican Canel, Llamas y Rey, los individuos a través de los medios “no sólo se forman una idea de determinados hechos, (sino) también reciben sutiles (aunque efectivos) mensajes sobre qué temas y personas son los más importantes” (2003: 27).

Al ser más que un simple canal de comunicación, los medios tienen la posibilidad de “filtrar, estructurar y enfatizar determinadas actividades públicas, el contenido de los media no se limita a transmitir lo que los portavoces proclaman y lo que los candidatos afirman [...] No sólo durante la campaña, sino también durante los periodos intermedios, los media ofrecen perspectivas, modelan las imágenes de los candidatos y de los partidos, ayudan a promocionar los temas sobre los que versará la campaña y definen la específica atmósfera y área de importancia y reactividad que caracteriza a cada competición electoral” (Lang y Lang, 1962: 689).

Los acontecimientos presentados por los medios a través de sus espacios, forman parte de lo que la gente establecerá como los acontecimientos y conocimientos que se registran en su entorno, además de resaltar algunos aspectos más que otros. Debemos reconocer que los media tienen la capacidad de destacar algunos temas y de dejar fuera o de no resaltar otros. Esa acción no es fortuita, debido a que al generar los acontecimientos o temas que se establecerán o serán de la atención de la población buscan influir en las percepciones que tendrán presentes sus audiencias. Walter Lippman (2003) mencionaba que los periódicos –ahora también el resto de los medios de comunicación masivos y principalmente la televisión– desarrollan el papel de orientar la atención de los lectores o receptores hacia algunos temas; además que los medios también desprecian otros temas que pueden ser de interés y atención para la población. Los medios de comunicación son calificados como los principales actores que filtran los acontecimientos que tratarán de ser establecidos en las percepciones de la población.

Se debe tener en cuenta que la acción de los medios de comunicación de orientar a los consumidores, o por lo menos el intentarlo, no es exclusiva de los propios media,

sino que son muchos y diversos los actores que intentan influir en lo que se va a publicar, con la finalidad de condicionar la agenda temática de la población. Aunque, sin duda, son los medios de comunicación los que cuentan con un poder más amplio, al ser los principales transmisores y filtradores de información.

La posibilidad de filtrar la información o en palabras de Lippman (2003) de orientar la atención de los lectores o receptores hacia algunos temas se debe a la capacidad de los hacedores¹⁴ de la información, en el interior de los medios masivos de comunicación, de seleccionar la información que será presentada o publicada, lo que los convierte en *gatekeeper*, guardabarreras o seleccionadores, que se ha convertido en una de las principales líneas de investigación en medios masivos de comunicación.

El concepto de *gatekeeper* fue acuñado por Kurt Lewin (1947) en su estudio de las dinámicas interactivas en grupos sociales sobre los problemas del cambio de hábitos en la alimentación, donde observa que en los canales existen puertas o porteros, los cuales son comparados con filtros, en los que antes y después de éstos existen distintas fuerzas; por lo que a lo largo del canal, el paso o bloqueo, depende de lo que sucede en las zonas filtros –puertas o porteros–. Dicha situación de filtro, destaca Lewin, no es exclusiva de los canales de alimentación, también se presenta en la información de los canales comunicativos en un grupo. Las zonas filtro son controladas por *gatekeepers*, por lo que ya sea una persona o un grupo tiene “el poder de decidir si deja pasar o bloquear la información” (Lewin, 1947: 145).

David Manning White, en un estudio de 1950, analizó el desarrollo de la afluencia de noticias en los canales de una organización de información. Observó al Sr. Gates, periodista, en una ciudad con 100 mil habitantes, encargado de escoger las noticias que llegaban y las que serían publicadas en el periódico, por lo que tenía un proceso de selección tanto cuantitativo como cualitativo. Este seguimiento permitió concluir que 9 de cada 10 comunicados de una agencia son eliminados, por lo que solamente el 10 por ciento podrá aparecer como noticia en el medio impreso, encontrándose que la elección es sumamente subjetiva (1950).

“El estudio de White demuestra que de las 1.333 explicaciones de rechazo de una noticia, casi 800 lo atribuía a la falta de espacio y unas 300 citaban superposiciones con historias ya seleccionadas, falta de interés periodístico o de calidad de escritura. Otros 76 casos se referían a acontecimientos en áreas demasiado lejanas del periódico y

¹⁴ Desarrollamos el concepto de “hacedor de la información” como aquel trabajador del medio masivo de comunicación que se dedica a seleccionar la información y que por ello tiene la capacidad de decidir qué se publica y qué no se publica, además de decidir su ubicación, espacio, titular, entre otros aspectos.

por tanto presumiblemente carentes de interés para el lector. Otros trabajos sucesivos confirmarán que en la selección y en el filtro de las noticias, las normas de empleo, profesionales y organizativas, parecen ser más fuertes que las preferencias personales” (Wolf, 1987: 205).

Donohue, Tichenor y Olien subrayan que “el *gatekeeping* en los *mass media* incluye todas las formas de control de la información, que pueden determinarse en las decisiones sobre la codificación de los mensajes, la selección, la formación del mensaje, la difusión, la programación, la exclusión de todo el mensaje o de sus componentes” (Donohue, Tichenor, y Olien, 1972: 43).

Respecto a la formación de los *gatekeepers*, Breed, al analizar los mecanismos que mantienen la línea editorial-política de los media, comenta que se aprende por ‘ósmosis’ y, sobre todo, por el proceso de socialización de los periodistas en la propia redacción y expone que “son seis los motivos que inducen a conformarse con la orientación del periódico: a) la autoridad institucional, b) los sentimientos de obligación y estima hacia los superiores, c) las aspiraciones a la movilidad profesional, d) la ausencia de fidelidades de grupo contrapuestas, e) la naturaleza agradable del trabajo, y f) el hecho de que la noticia se ha convertido en un valor. La consecuencia final es que el periodista, en su papel de *gatekeeper*, no trabaja conforme a ideales sociales o profesionales, sino que sus acciones y valores periodísticos son totalmente de acuerdo con el grupo de redacción en el que se desempeña” (Breed, 1955: 335).

La denominada Teoría del *Gatekeeper* se enfoca, principalmente, a la investigación de quién es o quiénes son los encargados de escoger la información que se presentará en los medios de comunicación, como prensa, radio y televisión, especialmente en lo que respecta a los espacios informativos. La teoría se ha centrado en los sujetos que tienen a su cargo el escoger o seleccionar –*gatekeeping*– la información que se publicará en el medio, debido a que los medios masivos de comunicación reciben una cantidad muy amplia de informaciones o noticias, por lo que los guardabarreras deberán escoger cuáles serán publicadas y cuáles no, y determinarán una serie de variables periodísticas o mediáticas cualitativas, como: el espacio o tiempo, la posición, el género periodístico, la página, y la sección.

Manuel López comenta que “no sólo los hacen los periodistas de a pie, sino que principalmente y cada día más, los periódicos son el resultado final de un proceso de toma de decisiones por parte de los guardabarreras” (1995: 15). Cabe aclarar que no sólo el personal involucrado en los medios de comunicación tiene la posibilidad de ser

guardabarreras, los propios actores o fuentes informativas se convierten en los primeros *gatekeepers*, al tener la posibilidad, en la mayoría de las ocasiones, de presentar u ocultar información a los periodistas o a los medios masivos de comunicación.

Los generadores de información son los principales interesados en que se publique la información, por lo que como señala Boorstin (1971), llegan a crear pseudoeventos, como conferencias de prensa, boletines o comunicados, presentaciones, acontecimientos, etcétera, con el fin de generar una cobertura por parte de los medios, que a su vez permita crear información para su publicación, la cual buscará estar controlada, lo más posible, por los generadores en su beneficio propio, pues en el caso contrario, de no ser positiva, se buscará mantenerla alejada u oculta del personal de los medios de comunicación.

La publicación en el medio de la información corresponderá, en última instancia, a los guardabarreras de los media; ellos tendrán, en la mayoría de las ocasiones, la última palabra para hacerla pública o no. Ante esta situación se puede determinar la existencia de diferentes filtros o guardabarreras, los cuales tienen en su poder la información para que ésta sea pública a través de los medios masivos de comunicación, que va desde los generadores primarios de información hasta los encargados de trabajar en los propios medios, quienes, como se indica en la Teoría del *Gatekeeper*, decidirán si se publica o no la información que tienen en sus manos. La información que se hace pública en los medios de comunicación se encuentra, principalmente, en las manos de los guardabarreras, y tenderá a estar acorde con la línea editorial del medio, la que se conforma por diversas causas, entre las que destacan dos: 1) el interés económico, y 2) la tendencia política, que determinarán, en muchas ocasiones, la publicación o no de la información.

No obstante la capacidad de los *gatekeepers* de filtrar la información y presentar la que han seleccionado, se debe tener en cuenta que los consumidores de medios de comunicación no son receptores pasivos, por lo que no es posible que acepten en su totalidad y sin ninguna defensa lo que es presentado por los media. La audiencia cuenta con capacidad propia para establecer la jerarquía de la información que le es presentada; además, recibe información o puede ser influida por otras fuentes, como se ha demostrado en los estudios de la teoría de los dos pasos.

A pesar de la posibilidad de generar información por parte de los medios de comunicación y de la capacidad de las personas de llevar a cabo su propia filtración o jerarquización, los *mass media* tienen el poder de influir en las personas de forma sutil

pero efectiva, como lo señaló Bernard Cohen: "puede ser que la prensa no tenga éxito la mayor parte de las veces en decirle a la gente qué pensar, pero tiene un éxito sorprendente al decirle a los lectores *sobre* qué pensar..." (1963: 13).

La conformación de la realidad de los individuos y de las audiencias pasa en la mayoría de las ocasiones por los medios masivos de comunicación, como lo subraya Maxwell McCombs (2004) al indicar que la mayoría de los conocimientos que las personas poseen acerca de las cuestiones públicas, la mayor parte de los temas y preocupaciones que capturan nuestra atención, no provienen de la experiencia personal directa sino de los medios de comunicación, que actúan como la principal fuente de información.

A la capacidad de los medios de indicar *sobre qué pensar* a sus audiencias, es a lo que, en la década de 1970, Maxwell McCombs le dio el nombre de *agenda setting* o establecimiento de la agenda¹⁵, y especifica que "el establecimiento de la agenda no es un regreso a la teoría de la aguja hipodérmica (o de la bala): no postula unos efectos todopoderosos de los medios. Ni tampoco considera a los miembros de la audiencia unos autómatas, que están ahí esperando a que los medios informativos vengan y los programen. Pero la *agenda setting* sí que asigna un papel central a los medios informativos a la hora de dar inicio al repertorio de la agenda pública. Parafraseando a Lippmann, la información que suministran los medios informativos juega un papel central en la construcción de nuestras imágenes de la realidad. Y, además, lo que influye en esas imágenes es el conjunto total de la información que nos suministran" (2004: 31).

¹⁵ La agenda es un conjunto de temas o *issues* que se comunican ordenados en una jerarquía de importancia en un particular momento en el tiempo (Dearing y Rogers 1996: 2).

6.1. TEORÍA DE LA AGENDA SETTING

Al éxito o poder de los medios masivos de comunicación para señalar sobre qué pensar Maxwell McCombs y Donald Shaw le dieron el nombre de *Agenda Setting* (Establecimiento de la Agenda), en una investigación sobre los votantes indecisos en Chapel Hill, Carolina del Norte, en 1968, en la cual analizaron: la prensa, revistas y los noticiarios de televisión buscando determinar los temas o *issues*¹⁶ que eran presentados por los medios, así como la jerarquía de la propia información que le presentaban a los ciudadanos. La investigación estudiaba y comparaba, a través de correlaciones, los temas que presentaban los medios de comunicación como los *issues* que la propia ciudadanía tenía presente. Los temas que se encontraban en la agenda de los medios se determinaron a través del análisis de contenido y los *issues* de las audiencias fue por medio de encuestas de opinión entre los votantes; específicamente en la investigación señalada estudiaron a los "indecisos". En las conclusiones del trabajo desarrollado por McCombs y Shaw se encontró una correlación casi perfecta entre la agenda de los medios y la agenda ciudadana.

El propio McCombs y Luna Pla (2003) indican que la *agenda setting* se inserta en la corriente de estudios de opinión pública funcionalista, es decir, de efectos de los medios en el espectador desde la perspectiva psicológica, y de ahí, su estrecha relación con el campo de la psicología.

El inicio de la teoría de la agenda para el propio McCombs (2004) y para Dearing y Rogers (1996) es a partir de la obra clásica de Walter Lippmann *La Opinión Pública* publicada en 1922. Aunque no hace uso del término de *agenda setting*, para McCombs, la tesis de Lippmann es que “los medios informativos, esas ventanas al inmenso mundo que queda más allá de nuestra experiencia directa, determinan los mapas cognitivos que nos hacemos de él” (2004: 26). La opinión pública, sostiene Lippmann (2003), responde no al entorno sino al pseudoentorno construido por los medios informativos. Dearing y Rogers incluyen un segundo momento en la génesis de la teoría, establecido por Lasswell en 1948, al señalar la presencia de dos funciones de los medios masivos de comunicación: vigilancia y correlación. El primer término se refiere a los trabajadores de los media, quienes deciden qué eventos son noticia; el

¹⁶ Un tema o *issue* de la agenda es un problema social a menudo conflictivo que ha recibido cobertura mediática, indican Dearing y Rogers (1996: 3). En tanto Eugene F. Shaw (1977) conceptualiza al tema como la acumulación de cobertura periodística de una serie de eventos relacionados que forman un conjunto dentro de una única categoría más amplia; y el evento lo define como un suceso que tiene una duración limitada, tanto con relación a la dimensión del tiempo como del espacio.

segundo, es cuando la opinión pública sincroniza la importancia y la atención sobre un tema que se encuentra en los medios de comunicación.

Posterior a la investigación de 1968, McCombs y Shaw buscaron confirmar la teoría del establecimiento o fijación de la agenda con otro estudio realizado en 1972, en el que identificaron dos fases en el establecimiento de la agenda durante el año electoral analizado. La primera fase se registró en el verano y otoño, cuando los diarios fueron el motor de la agenda en comparación con el telediario. Pero al final de la campaña registraron pocas pruebas de un fijamiento de agenda por parte del periódico local y de las televisiones, lo que permitió descartar la hipótesis nula, en que la agenda del público influía en la agenda de los medios. En la misma investigación se comprobó que siete temas, tres de ellos cercanos a la gente: la economía, drogas y transporte público; y cuatro más lejos: el caso *Watergate*, relaciones URSS y China vs EEUU, medio ambiente y Vietnam, sí influyeron en la agenda pública en la relevancia y cobertura que eran presentados de forma específica por el diario local.

En 1976 realizaron un estudio en tres comunidades de ámbito local, con características muy diferentes, de los Estados Unidos: Lebanon, New Hampshire; Indianápolis, Indiana; y Evanston, Illinois. Seleccionada la muestra de los lugares realizaron una encuesta panel a grupos de votantes, en nueve ocasiones, para conocer la agenda pública durante la campaña de las elecciones presidenciales norteamericanas. Mientras que para conocer la agenda mediática, McCombs y Shaw llevaron a cabo un análisis de contenido de la cobertura electoral de las tres cadenas nacionales de televisión y de los periódicos locales de las mencionadas ciudades. Los resultados fueron que los votantes –las audiencias– son más influenciados por los medios al inicio de la campaña y en el resto del año, lo son cuando los temas son más lejanos, asuntos exteriores, credibilidad del gobierno, delincuencia, problemas sociales, medio ambiente y energía; gastos y tamaño gubernamental y relaciones raciales. Temas más personales, como la economía, fueron de discusión para los votantes en todo el periodo analizado, sin importar la cobertura mediática en la prensa y en la televisión, por lo que concluyeron que “la experiencia personal puede ser un maestro más poderoso que los medios de comunicación, cuando los temas tienen un impacto directo sobre la vida de uno” (McCombs, 2004: 36).

Las personas no sólo reciben información de los medios de comunicación, sino que, como dijo Lippmann (2003), los periódicos no constituyen el único medio disponible para obtenerla, pero sí el más importante. Las revistas, los debates públicos,

la iglesia, los mítines políticos, las reuniones sindicales, los clubes de mujeres, los nodos, etc., complementan la labor de la prensa¹⁷. Asimismo, McCombs y Shaw (1986) explican que por medio de las noticias de prensa, el comentario y la publicidad, la información sobre las cuestiones y las personalidades se difunden a través de la Tierra.

Para McCombs “las noticias influyen en muchas facetas de nuestra vida cotidiana. Nuestro modo de vestir para ir al trabajo, el camino que elegimos a veces para llegar a él, los planes del próximo fin de semana, nuestros sentimientos generales de bienestar o de inseguridad, el enfoque de nuestra atención hacia el mundo más allá de la experiencia inmediata y nuestras preocupaciones sobre los temas del día, están bajo la influencia de las noticias cotidianas” (1996: 13).

6.1.1. Las agendas

El establecimiento de la agenda es la capacidad de los medios masivos de comunicación en indicar a sus audiencias cuáles son los temas que son importantes, por lo que éstos deben ser abordados y discutidos tanto en los media como en la población. Para McCombs (1996) el nombre de *agenda setting* proviene de la noción de que los *mass media* son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la sociedad.

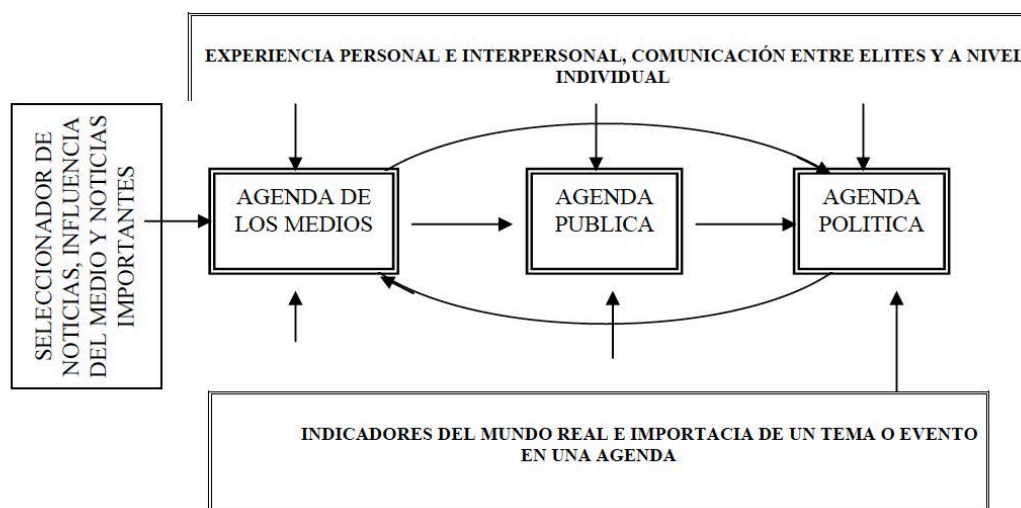
En los estudios de la teoría de la *agenda setting* destacan tres grandes agendas, las cuales se relacionan con el proceso del establecimiento de los temas: agenda mediática o de los medios, en la cual se analizan, de forma cuantitativa y cualitativa, tanto los temas que son presentados como su relevancia en el propio medio; agenda pública o del público, que consiste en la medición de los temas y la importancia de los *issues* existentes en la opinión pública o audiencias; y agenda política, la cual se refiere a los temas que son presentados y discutidos por las instituciones, grupos y personajes políticos.

La importancia de la agenda y de sus temas radica en que “una vez que las noticias escogidas por los medios informativos se convierten en materia prima para la opinión pública, se ha logrado fijar los ‘temas de agenda’. El concepto alude a que los medios influyen en lo que ocupará los pensamientos de la gente” (Graber, 1995:135).

¹⁷ Lippmann publica por primera vez *La Opinión Pública* en 1922, época en la que aún no existía la televisión y la radio no era un medio a tener en cuenta, pues estaba en sus inicios, hecho por el cual únicamente hace referencia a la prensa (Lippmann, 2003).

La agenda setting

Imagen No. 1



Fuente: Rogers, E. M. y Dearing, J. W. (1988). *Agenda setting research: Where has it been? Where is it going?* In J. A. Anderson (Ed.), *Communication yearbook*, 11 (p. 555-594). Newbury Park, CA: Sage.

6.1.1.1. La agenda de los medios

La importancia de la agenda mediática radica en que son éstos quienes establecen principalmente los temas que se discutirán en la agenda de las personas y en la agenda política. Martín Llaguno subraya que “el paradigma de los ‘efectos’, considera a los medios como instituciones influyentes en el establecimiento de prioridades sobre asuntos públicos, bien para la opinión pública (*public agenda setting*), bien para los políticos (*policy agenda setting*), y el paradigma de la ‘definición’, que considera que, al hacer la reconstrucción y la jerarquización de los problemas sociales, los medios de comunicación son objeto de influencias endógenas (o internas al diario) y exógenas (las agendas de otros medios, las de los promotores de información y la propia opinión pública)” (2002: 41).

Canel, Llamas y Rey mencionan que “los medios de difusión transfieren al público tanto la percepción de los ‘temas’ o ‘problemas’ sobre los cuales se ha de fijar la atención como su propia importancia relativa o ‘prominencia’ dentro de la propia agenda” (2003: 34). La identificación los *issues* que presentan los media se lleva a cabo a través del análisis de contenido del o los medios por analizar, “el número de noticias que aparecen sobre un tema o asunto de estudio se mide en función de su importancia, páginas que ocupa, tiempo dedicado” (Canel et al, 2004: 18), y otras muchas variables

cualitativas periodísticas utilizadas por los medios, lo que permite proporcionar una mayor o menor importancia a lo publicado.

Entre las variables cualitativas periodísticas, que generan relevancia o importancia a la información en la prensa escrita destacan: la página en donde se publica la información, en la que destaca la portada y contraportada, los denominados forros en las revistas, que son los espacios donde se publica la información de mayor importancia. La sección periodística, la que permite dar una valoración de local, nacional o internacional al tema. Los géneros periodísticos y elementos periodísticos, los cuales por sí mismos tienen un valor en el medio y al cubrir un asunto le proporciona relevancia como el editorial, la columna, el artículo, la crónica, el reportaje, la entrevista; caso contrario presenta la noticia y la fotografía, que son géneros de menor importancia; en los elementos periodísticos resaltan la noticia y la fotografía a 8 columnas o de mayor importancia. La posición en la página, si es la parte superior y en la derecha, tiene una mayor visualización y, por lo tanto, una mayor importancia. El tamaño del titular con el que se destaca la información genera mayor importancia para el medio, así como para el lector. El espacio destinado al tema, en donde a una mayor área, incrementa la importancia.

En radio y televisión también se tienen en cuenta variables cualitativas periodísticas que otorgan valor a la información, aunque presentan algunas variantes en comparación con la prensa: El lugar en la que se presenta la información, si es al inicio o al final del espacio, incrementa su importancia; la sección periodística; el género periodístico; el uso de imágenes, sonidos y/o animaciones provocan expectativa e jerarquía en las audiencias; el tiempo dedicado al tema, a mayor espacio o tiempo aumenta su valoración; y la presencia en resúmenes, que es lo más importante de la información.

Para Dearing y Rogers (1996) el proceso de la *agenda setting* se inicia en el momento que un tema se publica en la agenda de los medios de comunicación. Pero no solamente tienen la posibilidad de hacer público un tema, sino que a través de las diversas variables cualitativas, así como la presencia cuantitativa de la información, que es una función de los medios, les permite determinar, qué es noticia y de ser aceptada para su publicación establecerá su importancia, ello, como se comentó, a partir de una valoración y jerarquización, la mayoría de las ocasiones, de forma subjetiva por los guardabarreras o *gatekeepers*.

La importancia de la agenda de los medios radica en lo que concluye Reese: “La agenda informativa tiene un poderoso efecto estructurador en las percepciones de la audiencia, pero a su vez ella misma es un indicador de las poderosas influencias que hay detrás de su creación” (2012: 309). Dentro de las influencias que recibe la agenda de los medios se encuentra la agenda intermediática, la cual consiste en la influencia que generan medios que son más poderosos que el resto de menor importancia, lo que permite a los informativos líderes establecer temas en la agenda mediática con mayor facilidad.

En la construcción de la agenda de los medios, McCombs hace uso de la metáfora de la cebolla, la cual en capas concéntricas —capas de la cebolla— representa las “numerosas influencias que están en juego en la configuración de la agenda mediática, que es el corazón de la cebolla” (McCombs, 2004: 190 - 191).

La metafórica cebolla del establecimiento de la agenda mediática

Imagen No. 2



Fuente: McCombs, Maxwell. (2004c): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós. Barcelona, página 191.

Las capas de la cebolla representan los tres principales elementos que influyen en la conformación de la agenda mediática. Y aunque existen otros muchos factores que intervienen, los que destacan son: las normas informativas, otros medios informativos y las fuentes informativas externas. En el primero está la organización del propio medio como las normas del periodismo, las rutinas periodísticas, la conducta en los media, su

línea editorial o su tendencia política y representan los elementos internos de cada medio. Lorenzo Gomis explica que en las redacciones “de algún modo pesan en el ambiente las directrices de la empresa y las manías del director. Probablemente nadie le ha explicado al redactor qué política se sigue. Lo que hace el redactor es aprender a anticipar lo que se espera de él, a ‘interiorizar’ los derechos y obligaciones de sus estatus, a conseguir premios y evitar castigos” (1991: 83).

El segundo se refiere a que la influencia de otros medios de comunicación es importante, puesto que todo aquello que se publica en más de un medio será más importante, provocando un mayor número de reacciones al ocupar mayor espacio mediático y prolongarse más tiempo en la agenda. Al respecto, Gomis menciona que “un hecho es más noticia que otro en la medida que de él se deriven más hechos que sean noticia que del otro hecho que con él se compare.[...] Los periodistas consideran que si tres medios publicaron una misma noticia los tres acertaron. Los periodistas que trabajan en los medios tienden a pensar que han acertado si la noticia que destacaron tiene más repercusiones a lo largo de los días siguientes que aquella otra que finalmente desecharon. Los periodistas consideran implícitamente que son más noticia que otros los hechos que van a tener más repercusiones” (1991: 95 - 98).

El tercer elemento son las fuentes externas para los *media*, un punto fundamental para la formación de la agenda debido a que éstas, como apunta Martín Llaguno “muchas veces los medios no acceden directamente a la realidad, sino que lo hacen a través de otras instituciones: las fuentes de la información. Los profesionales de la información son víctimas de los encuadres de los asuntos que hacen sus fuentes. Los promotores de una noticia tienen sus propias definiciones de las cuestiones, y cuando proporcionan declaraciones a los medios, generalmente pretenden que éstos transmitan a los lectores estas composiciones de lugar sobre el problema” (2002: 81 - 82). Aunado a lo anterior, las fuentes tienen diversos grados de importancia; relevancia que es reconocida por el medio y por las audiencias. No es lo mismo la información que genera el presidente de un país que otra que ha generado un funcionario menor, quienes, como se señaló en este mismo párrafo, tratarán de transmitir sus propias agendas.

6.1.1.2. La agenda pública

En el proceso de estudio de la *agenda setting*, la agenda pública se define como los temas que son importantes para los ciudadanos, aquellos que se discuten, que se encuentran en la opinión pública. La agenda pública se obtiene y se mide,

principalmente, a través de estudios demoscópicos, por medio de la pregunta que se ha denominado por Gallup como el ‘Problema Más Importante’ (PMI) y que se realiza de diversas formas¹⁸. Además de la variación en la conformación de la pregunta, también puede modificarse el espacio geográfico al que se refiere, al poder ser a nivel colonia, municipio, estado –comunidad autónoma– o país.

Además de identificar el o los problemas de mayor importancia en los ciudadanos, de forma específica se llegan a analizar temas muy determinados para estudiar la agenda pública, entre los cuales podemos mencionar la opinión sobre las drogas, el aborto, la economía, la ecología, la contaminación, la migración, temas raciales, seguridad, desempleo, corrupción, políticas públicas, sobre un producto, un candidato.

Para Dearing y Rogers la agenda pública “es el grado o jerarquía de importancia que da el público a determinados aspectos noticiosos durante un periodo de tiempo. Dos tipos de estudios de *agenda setting* han conducido a conocer la agenda pública: a) estudios de jerarquización centrados en los temas más cruciales que a juicio de la audiencia forman la agenda pública, y b) estudios longitudinales en donde las investigaciones de la *agenda setting* han medido las subidas y bajadas de un tema o varios a lo largo de un periodo de tiempo” (1996: 41 - 42).

En los estudios de jerarquización se analiza la valoración o relevancia que se le da a la información por parte de las personas en un determinado tiempo. Los estudios longitudinales se basan en el análisis de la presencia de los temas a lo largo de un tiempo, los cuales registran una mayor, menor o nula presencia en la población.

Los estudios de la agenda pública mencionan que son pocos los temas, un “puñado” señala McCombs, los que se discuten en la agenda pública, al grado que en la actualidad se presenta una agenda pública volátil, debido a que “la diversidad en la agenda pública está relacionada de manera significativa con el número de voces en la prensa, la radio y la televisión de esa comunidad” (McCombs, 2004: 106).

La agenda pública no solamente se circunscribe a los temas de la opinión pública respecto a lo político–electoral, sino que va mucho más allá y se presenta en los más diversos aspectos de la vida, tanto de adultos como de menores. McCombs ejemplifica el alcance a través de la agenda cultural entre los medios y el *merchandising* de juguetes para niños. “*El New York Times Magazine* hizo notar cómo el físico de

¹⁸ Un ejemplo son los barómetros que el Centro de Investigaciones Sociológica viene realizando en España. En el estudio de 2004 la pregunta de PMI fue: “Para empezar, ¿cuáles son, a su juicio, los tres problemas principales que existen actualmente en España? (MÁXIMO TRES RESPUESTAS).” (2004)

dos populares muñecos infantiles, la Barbie y el soldado GI Joe ha cambiado de forma radical con los años. La Barbie se ha vuelto más esbelta y GI Joe más musculoso. Este enfoque de la atención en la imagen –esas agendas de atributos que definen el ideal físico de los hombres y mujeres jóvenes– lleva el fenómeno del establecimiento de agenda mucho más lejos de su ámbito tradicional de los asuntos públicos. Sin embargo, el proceso que subyace es el mismo: la transferencia de relevancia de los mensajes de los medios de comunicación –y del *merchandising* comercializado en masa– a la agenda pública” (2004: 269).

De forma específica, en la agenda pública, incluimos la agenda intrapersonal y la interpersonal, aunque autores como Rodríguez (2004) y Saperas (1987) las separan de las tres agendas principales, pero indicando que llegan a ser importantes en el proceso de comunicación y de formación de la *agenda setting*. Respecto de la primera de ellas, la agenda intrapersonal, Roda Fernández señala que “vendría a recopilar como temas propios de la misma aquellos que estén relacionados con las preocupaciones personales del individuo, su mundo familiar o laboral. Se trata de conocer las actitudes y opiniones en el ámbito individual de un tema; es el tipo de agenda que ocupa el pensamiento de las personas” (1989: 280). Y, la agenda interpersonal, son los temas que de forma individual son percibidos como los más importantes, son principalmente los temas cotidianos, que pueden formar parte de la discusión con nuestros allegados sin necesidad de recurrir a los medios para informarse al respecto. Además, los temas de la agenda interpersonal pueden estar o no en la agenda de los medios. Para Rodríguez, los temas de la agenda interpersonal son “temas ‘puente’ o de conversación entre las personas con las que se rodean” (2004: 42).

La agenda intrapersonal y la interpersonal no se conforman ni se ven influenciadas solamente por la agenda mediática sino que el contacto personal puede ser mucho mayor que el poder de los medios de comunicación para establecer la agenda personal. La capacidad que tienen las personas de nuestro entorno más inmediato en el establecimiento de nuestros temas por discutir se registra de una forma más directa que la de los medios de comunicación; el círculo social determina, más o menos por sí mismo, los asuntos de su inmediata competencia (Lippmann, 2003). Además que en las discusiones con nuestros allegados, se registra un *feed-back*, el cual rara vez se presenta en los medios de comunicación, lo que refuerza el establecimiento de los temas en la agenda intrapersonal e interpersonal. “El contacto personal puede ser tanto o más eficaz que los medios de difusión; los efectos de los medios no son directos e inmediatos, sino

que están influidos por las relaciones sociales que las personas tienen con otros miembros de la sociedad” (Canel et al, 2003: 55).

La importancia de la agenda intrapersonal e interpersonal se resume como señala DeGeorge (1981) cuando la agenda pública se puede ver como un conjunto de temas que están relacionados con lo que piensa una persona (agenda intrapersonal), lo que comenta o habla con otros (agenda interpersonal) y lo que esa persona percibe como temas de actualidad dados por los medios de comunicación (agenda de los medios).

Respecto a la medición de la agenda mediática el análisis de contenido permite determinar la importancia que se da a los diferentes temas; junto con el cálculo de la agenda pública, a través de la Pregunta Más Importante, por medio de encuestas, se puede concluir que existe una alta correlación entre los temas que son importantes para los medios y los *issues* que destacan en la opinión de las personas, en la agenda pública.

En el estudio clásico de Ray Funkhouser (1973) sobre el *ranking* de los temas de la agenda de los medios y los temas de la agenda pública se confirma la alta correlación entre ambas agendas. “De los 14 temas que se presentan como los más importantes en la agenda de los medios a partir del número de artículos o impactos publicados, en la agenda pública a través de la Pregunta Más Importante, es concluyente en que la cobertura mediática influye en la opinión pública” (Dearing y Rogers, 1996: 43).

Ranking de la Agenda de los medios y la Agenda del público

Cuadro No. 1

<i>TEMAS</i>	<i>AGENDA DEL MEDIO</i> <i>(por número de artículos aparecido)</i>	<i>AGENDA PUBLICA</i> <i>(el problema más importante)</i>
1. Guerra del Vietnam	1 Lugar	1 Lugar
2. Disturbios raciales y urbanos	2º	2º
3. Revueltas universitarias	3º	4º
4. Inflación	4º	5º
5. Violencia en los m. de comunicación	5º	12º
6. Crimen	6º	3º
7. Drogas	7º	9º
8. Medio ambiente y polución	8º	6º
9. Salud y fumar	9º	12º
10. Pobreza	10º	7º
11. Revolución sexual	11º	8º
12. Derechos de las mujeres	12º	12º
13. Ciencia y sociedad	13º	12º
14. Crecimiento de la población	14º	12º

Fuente: Dearing, James W.; Rogers, Everett M. (1996: 43) *Agenda setting. Communication concepts*. Sage. Thousand Oaks, California, página 43.

El cuadro del Ranking de la Agenda de los medios y la Agenda del público presenta que el tema número uno de los medios fue la guerra de Vietnam, y ese mismo lugar ocupaba en la agenda pública. Lo mismo ocurrió en el segundo *issue*, el de los disturbios raciales y urbanos, escalafón de importancia que se presentaba en la agenda de los medios como en la agenda de las personas.

El tercer tema en importancia en la agenda de los medios, revueltas universitarias, ocupaba el cuarto peldaño en los temas de los ciudadanos. Respecto al tema cuatro de los media, el de inflación, se encontraba en el quinto lugar en la discusión de la agenda pública. El quinto *issue* en los medios se encontraba en el lugar 12 de los individuos. El crimen se ubicaba en la sexta posición dentro de la cobertura de los medios y era el tercero en la gente. Las drogas ocuparon el séptimo en los *mass media* y el noveno en los individuos. Para el octavo lugar en los medios se presentaba el medio ambiente y polución, siendo el sexto en el público. Y el noveno en importancia de los media, salud y firmar, era el 12 en la agenda pública.

McCombs es concluyente en señalar que “la relevancia del atributo en la agenda mediática influye en la relevancia del atributo en la agenda pública, cuando un determinado atributo de un objeto queda enfatizado en la agenda mediática puede que haya un impacto directo en la relevancia que tiene ese objeto entre el público” (2004: 179).

6.1.1.3. La agenda política

La tercer gran agenda, que permite el análisis completo del establecimiento de la *agenda setting*, es la política (*policy agenda*), que es aquella que mide las acciones de tipo político que se toman en el gobierno –de diferentes niveles–, órganos legislativos, organismos políticos y que se discutirán o serán parte tanto de la agenda mediática como de la agenda pública.

Dentro de la multiplicidad de temas sociales en los que debe intervenir el gobierno, al igual que en la otras agendas, algunos son seleccionados como prioritarios y otros son considerados de menor importancia o hasta descartados de la agenda política de los gobiernos. De la misma forma, los actores políticos también eligen los temas para discutir y subirlos en sus agendas; los *issues* que no son prioritarios se dejan fuera del debate. En este sentido, cabe destacar la generación de una batalla constante por subir o bajar los temas en la agenda política. Un partido político buscará establecer tanto en la agenda política como en la mediática y pública los temas que más le benefician, y evitar

la discusión de los *issues* que le afecten. Por su parte, los opositores tratarán de realizar lo totalmente contrario, subir los temas que afecten al otro partido y bajar los que le benefician.

La agenda política va de la mano de la agenda de los medios, ambas se requieren mutuamente. Los principales proveedores de información para la agenda mediática son los políticos, pero especialmente los de rango más alto. Donsbach establece que “los políticos necesitan ahora también de los medios como fuentes de información, y éstos necesitan a los primeros para influir sobre la población y sobre otros políticos con sus temas y argumentos. La política y el consenso político se establecen principalmente en y a través de los medios de comunicación” (1995: 41).

Los actores políticos, para llamar la atención o conseguir una cobertura de los media, generan diversas acciones o actos que permitan la presencia de los medios. En muchas ocasiones realizan o llevan a cabo pseudoeventos, como conferencias o ruedas de prensa, reuniones, juntas, entregas de obras, presentación de actividades, actos de campaña u otros, que les permitirán contar con la asistencia de los periodistas y la publicación de la información.

Por su parte, Rodríguez (2004) apunta que en la elaboración de la agenda política contribuyen considerablemente los acontecimientos mundiales de primera magnitud, como las guerras, eventos deportivos como las olimpiadas, cumbres políticas, accidentes masivos, desastres, que formarían parte de todas las agendas durante un periodo.

La importancia de la naturaleza de los temas radica, como señala Dick Morris (2002), en el hecho de que los temas son más centrales que la imagen y el carácter es más importante que la táctica y el dinero. El establecimiento o control de los temas se ha convertido en una tarea fundamental de los actores políticos debido, principalmente, como se señaló en párrafos anteriores, a que pueden llegar a determinar si es positivo o negativo, favorable o desfavorable, bueno o malo ante las audiencias.

La agenda política o los temas que se discuten en ésta, resalta al convertirse, en muchas ocasiones, en las políticas públicas o gubernamentales que son formuladas, discutidas y evaluadas por las autoridades para su implementación. Los temas que sean de más relevancia, que se encuentren presentes en la discusión, serán tomados en cuenta en una mayor proporción; por el contrario, los *issues* que no son tomados en cuenta, que no se discuten tiene una menor probabilidad de que lleguen a convertirse en una política pública para la sociedad. Por esta razón es de vital importancia la agenda política, la

cual para Dearing y Rogers es “la ‘llave’ de la importancia, debido a que representa el resultado de la actividad e influencia de la agenda mediática y de la agenda pública” (1996: 72).

Roberts y McCombs concluyen que “las afirmaciones de los consultores políticos son ciertas: las campañas políticas pueden establecer la agenda informativa. Las agendas informativas del periódico de Austin y de los tres noticiarios televisivos locales reflejaron en grado considerable los temas prioritarios de los candidatos durante la carrera electoral por la gubernatura de Texas en 1990” (2003: 103). Asimismo, encontraron que la publicidad política, inserciones pagadas, con un coste económico, por los propios partidos o políticos también llegan a establecer la agenda tanto de la televisión como de los periódicos.

Dentro de la agenda política Rodríguez destaca la presencia de un segundo enfoque, la aportación de una nueva perspectiva, la de la canalización institucional o *agenda building*, que estudia el proceso mediante el cual la agenda mediática y pública, así como otros factores, influyen en la construcción de la agenda política o institucional de los líderes políticos. “Los temas que enfatizen, las leyes que se aprueben o denieguen figurarán como algunas de las acciones vinculadas a la propia construcción social de la agenda (*agenda building*) desde la acción institucional” (2004: 22-42). El concepto se puede resumir en que es la construcción de la agenda en donde se presenta la selección y la producción de las noticias.

La diferenciación de los términos ha sido discutida por varios autores. McCombs (2004) dijo que no existe una diferencia entre los términos del establecimiento de la agenda (*agenda setting*) y la construcción de la agenda (*agenda building*). Graber destaca que “los medios de comunicación establecen la agenda cuando tienen éxito a la hora de absorber la atención sobre un problema. Y construyen la agenda pública cuando suministran el contexto que determina la manera en que la gente piensa de un tema y evalúa sus méritos” (1984: 264). Para Kioussis existe una diferencia, y señala que “la relación entre la *agenda setting* de los medios y la elaboración de políticas se ha trabajado desde la perspectiva de la *agenda building* (o construcción de la agenda), de las ciencias políticas” (2003: 131).

José Luis Dader resalta esa importancia de la agenda política al señalar que “los *mass media* quedan en un segundo plano o, todo lo más, en factor causal coadyuvante de la cuestión central. La pregunta planteada aquí es: ¿Cómo un tema de preocupación pública (*public issue*) alcanza el rango de prioridad institucional (*policy agenda*)?”

(1990: 299).

En la actualidad son diversas las agendas existentes, las cuales, además, compiten entre sí. Pero las tres antes señaladas son consideradas como las de mayor importancia. Rogers y Dearing (1994) señalan que para analizar el establecimiento de la agenda es necesario comprender la dinámica que ejercen las tres agendas diferenciadas: mediática, pública y política, tanto de forma independiente como de forma conjunta, lo que permite un estudio profundo y exacto de la conformación de las tres principales agendas.

6.1.2. El *gatekeeper* en la *agenda setting*

La teoría de la *agenda setting* establece, como ya hemos señalado (véase apartado 6.1), que los temas que son presentados y destacados por los medios de comunicación son a su vez los temas prioritarios para la población, para la opinión pública. Pero investigaciones sobre la teoría han demostrado que no sólo temas, sino que la agenda logra establecer productos, personas, objetos, etcétera, en sus audiencias. Principalmente los detentadores de los medios de comunicación y los que tienen acceso a ellos son quienes logran insertar lo que es de su interés en los diversos canales y soportes existentes, los cuales se han diversificado ampliamente por las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg indican que “la función del establecimiento de la agenda –emparentada con la del *gatekeeping*, dado que implica selección, codificación y difusión de ciertos mensajes al tiempo que exclusión total o parcial de otros–, tendrá dos consecuencias principales. En primer término, sesga la orientación de la atención del público hacia determinados objetos o cuestiones de la escena política y social, y en segundo lugar, la importancia que el público le asigna a cada una de esas cuestiones se ve influida por el grado de relevancia que los *mass media* les otorgan” (2007: 124).

En la teoría de la agenda los temas que buscan ser establecidos a través de los medios de comunicación tienen a su vez sus propios niveles de prioridad e importancia; relevancia que es otorgada por los que desempeñan alguna función en los medios. Desde los periodistas o reporteros, hasta los directivos, estos últimos con una mayor capacidad de decisión, tienen influencia en la forma, espacio y lugar donde se publicará o presentará la información. McCombs destaca que “los media dan una serie de pistas, a través de los atributos cualitativos mediáticos, de los temas que son importantes, y

resaltan la presentación de la información en la portada o en una página interior, el tamaño del titular, la extensión de la información, y principalmente la repetición de la historia, la cual al ser presentada por varios días el tema se convierte en importante, le da relevancia al tema en cuestión, lo cual es transmitido a las audiencias” (2004: 24).

Dentro de estas decisiones, los *gatekeepers* de los medios realizan esta acción de una forma subjetiva, con un carácter premeditado o no, al decidir qué información se publica y cuál no, así como las características o atributos cualitativos periodísticos con los que contará la publicación. Como explica Ana María Miralles, “con excepciones de formatos más narrativos como la crónica o el gran reportaje, en la noticia está centrado todo el peso del trabajo de los medios informativos y en ella queda representado lo más importante del modelo, especialmente porque la agenda informativa se construye a partir de los criterios con los que desde una sala de redacción se considera que algo es noticia” (2004: 40).

6.1.3. La relevancia en la *agenda setting*

Un concepto de importancia en la *agenda setting* es el de la relevancia, o *salience*, que presenta diferentes niveles de importancia tanto en los medios masivos de comunicación como en las audiencias. Para Dearing y Rogers la *salience* es “el grado de importancia por medio del cual un tema de la agenda es percibido como relativamente importante” (1996: 8). La importancia de la relevancia radica en el lugar que se le da al tema debido a que un *issue* que tenga una mayor relevancia será más importante y será foco de atención para las agendas mediática, pública y/o política.

La *salience* del tema genera una jerarquización, no todos los *issues* tienen la misma importancia. Los media a través de herramientas o variables cuantitativas y cualitativas periodísticas generan la relevancia que será transmitida a sus consumidores. Los temas de mayor importancia o mayor valencia serán los *issues* que principalmente se discutirán, relegando o desapareciendo los de menor relevancia, tanto en el medio como en el público. Wanta y Wu (1992) manifiestan que los individuos aprenden sobre la importancia relativa que tienen los temas en la sociedad a través de la cobertura que se les da a esos temas en los medios masivos de comunicación. Así, cuando mayor es la cobertura de un tema en los medios, mayor es el interés de los individuos sobre ese tema.

Para McCombs “el público echa mano de esas pistas de relevancia que le dan los medios para organizar su propia agenda y decidir, de este modo, cuáles son los temas

más importantes. Y a base de tiempo, esos temas donde las informaciones han puesto el acento se vuelven también los más importantes en la consideración pública. En consecuencia, la agenda de los medios informativos se vuelve, en gran medida, la agenda pública. En otras palabras, los medios informativos establecen la agenda del público. Ese establecimiento de la relevancia entre el público, situando un tema en su repertorio de manera que se vuelve el foco de su atención y de su pensamiento –y, tal vez, de su acción–, constituye el nivel inicial en la formación de la opinión pública” (2004: 25).

De forma más específica Gomis destaca que las noticias “que se publican son más noticia que las que se tiran a la papelera, las que abren un noticiero que las que vienen luego, las que titulan a cinco columnas que las que en la misma página titulan a una, las que publican en portada son más noticia que las que van en páginas interiores” (1991: 98). Pero además del número de apariciones o de la repetición, se debe tener en cuenta lo que Iyengar, Shanto y Zinder (1993) descubrieron, el efecto de las noticias de primer orden, es decir, las notas que aparecen primero en un informativo tienen mayor peso simplemente por su ubicación.

La teoría de la agenda pone de manifiesto la importancia de la tematización de la información, al presentar a sus audiencias los acontecimientos que se registran en su entorno, principalmente aquellos que se encuentran lejos de nuestra experiencia inmediata, lo que se denomina agenda mediática. Según Martín Llaguno, “a través de la jerarquización cuantitativa de los problemas en sus agendas, las instituciones informativas dirigen selectivamente la atención de los ciudadanos y de los políticos hacia ciertos asuntos” (2002: 43).

Como expone McCombs, “las informaciones de la prensa y la televisión, incluso las que vienen tan apretadas en un diario sensacionalista o en una web de internet, hacen bastante más, en realidad, que limitarse a señalar la existencia de hechos y asuntos importantes. Los editores y directores informativos, con su selección día a día y su despliegue de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. Esta capacidad para influir en la relevancia de las cuestiones del repertorio público es lo que ha dado en llamar la fijación de la agenda por parte de los medios informativos” (2004: 24).

De forma particular dentro de los procesos políticos-electorales McCombs asevera que “la relevancia temática puede ser un importante índice de predicción de las votaciones efectivas de los ciudadanos el día de las elecciones. Más allá de influir en la

relevancia de los temas de la agenda pública, a veces la agenda mediática puede dar ventaja a un determinado partido político, debido a que los temas tienen «dueño». En efecto, existe la percepción, entre los votantes, de que un partido político es más capaz que otro de manejar unos temas determinados” (2004: 247).

Además de la relevancia o *salience* que generan los media para influir en sus audiencias sobre la importancia de un tema respecto de otros, dentro de la *agenda setting* se registran otros factores que influyen en las audiencias, que al igual que la preeminencia no es similar tanto en media como en sus consumidores.

6.1.4. Factores de influencia de la *agenda setting*

La influencia y establecimiento de la agenda en las personas no son uniformes, sino que presentan variaciones por diversas variables. “Los medios de comunicación y sus contenidos diferenciados, tienen una importante influencia, aunque variable, diversificada y contextualizada sobre los públicos y ciudadanos” (Roiz, 2003). Los principales factores que determinan la penetración de la agenda son: el nivel educativo, los ingresos económicos, el sexo y el nivel de uso de los medios de comunicación. Raquel Rodríguez destaca que “en más de treinta años de estudios empíricos sobre la *agenda setting* se ha desarrollado una amplia literatura que, en numerosos trabajos, hace referencia exclusiva a estos factores. Factores personales que hacen referencia al subjetivismo y a las preferencias de los individuos, factores de tiempo o de organización, temporales, geográficos o técnicos son sólo algunos de los elementos que influyen en la relación entre los medios de comunicación y la gente” (2004: 33).

En la forma más simple los estudios y análisis de la *agenda setting* registran tres fases principales: inicio, con la presencia de un tema u objeto del estudio; desarrollo del *issue* en un periodo; y desaparición del tema en las agendas. En las etapas antes señaladas, Rodríguez indica la presencia de cinco principales factores que afectan el proceso de *agenda setting* en los individuos: 1) el marco temporal, 2) la naturaleza de los temas, 3) valores demográficos, 4) tipo de medio de comunicación y 5) otros factores.

En el primer factor, el marco temporal, Wimmer y Dominick dividen en tres los “marcos temporales: 1) la duración del periodo de medición de la agenda temática de los medios; 2) el desfase temporal entre la medición de la agenda temática observada en los medios y la medición de las agendas personales de los individuos consultados; y 3) la duración de la medición de la agenda de la audiencia” (1996: 370). No existe un

periodo determinado para la presencia y el retiro de un tema de la agenda, debido a que depende de las más diversas causas, por lo que cada estudio es único. Ante lo cual los análisis de la agenda se han llevado a cabo a través de cuatro temporalidades: “1) marco temporal general (*time frame*), 2) sobre el tiempo que tarda una agenda en entrar en otra (*time lag*), 3) sobre la duración temporal de un tema en cualquiera de las agendas (*media-public-policy agenda*) y 4) sobre el periodo óptimo de influencia de una agenda en otra (*optimal effect span*)” (Rodríguez Díaz, 2004: 34).

Respecto a la naturaleza de los temas, éstos no tienen la misma importancia sino que puede depender de la cultura, del país, de la región, de las épocas. Además, los *issues* que presentan los medios, en ocasiones, no llegan a ser importantes para sus audiencias. En este punto Rodríguez Díaz (2004) hace una distinción entre *issue* y *event*, que permite una diferenciación sobre la naturaleza de éstos. El primero de ellos se refiere a los temas generales, que aparecen de forma continua en los medios; el segundo a los temas ocasionales e impredecibles, o en palabras de Martín Llaguno son aquellos que generan “un ciclo de atención delimitado en el tiempo (más o menos amplio)”. Asimismo, Martín Llaguno define un tercer grupo, el de “los “grandes temas”, que a su juicio “son aquellos que se encuentran arriba de los temas con la característica que generan ciclos sucesivos de atención con clímax y descensos” (2002: 23).

Por otro lado, Brosius y Kepplinger indican que “la naturaleza del tema influía en el tiempo requerido para que esa canalización temática surtiera efecto. En el caso de temáticas generales, como es protección ambiental, el tiempo requerido podía ser de un año o dos, mientras que para temas de incidencia electoral, durante una campaña política, podían bastar de 4 a 6 semanas. Por último, ante situaciones de un suceso impactante, como el accidente de Chernóbil, una dilación de una semana era suficiente” (1990: 375).

Respecto de las variables demográficas, como el nivel educativo, se considera que los estudios que se han realizado tienen como resultado que las personas con un menor nivel educativo son más proclives a la aceptación de la agenda de los medios de comunicación, y de forma inversa, cuanto mayor es el nivel educativo se registra una menor correlación entre la agenda mediática y la agenda de los individuos. En cuanto al nivel económico, se explica que las personas con un menor poder adquisitivo registran una mayor correlación entre su agenda y la agenda de los medios, contrariamente a los ciudadanos con un mayor poder económico, los cuales son menos vulnerables a lo que los medios tratan de imponer a través de su publicación. En el caso del género, las

mujeres registran una mayor aceptación en las columnas de consejos o temas de moda, mientras que los hombres lo hacen en los deportes y/o negocios.

En el tipo de medio de comunicación, las aportaciones a partir de la *agenda setting* indican que los diferentes medios y soportes influyen de diferente manera o grado en sus receptores. Rodríguez destaca que “en la televisión predomina la inmediatez, los temas ocupan un periodo breve de tiempo en oposición a la prensa en donde los temas aparecen durante un periodo mayor de días. La televisión no dedica tanto espacio a ofrecer detalles sobre un tema; la prensa sí, se detiene en ellos, es más visual porque se puede reconocer la importancia que se le otorga por el tipo de titular, número de páginas que ocupa” (2004: 39).

Unos estudios confirmaron el potencial de la prensa escrita en la influencia que ejerce al momento de establecer la agenda en sus lectores, aunque otros indicaban que el potencial de la televisión era mayor que el de los medios impresos. En el estudio de McClure y Patterson (1976) se resalta el efecto más directo que provoca la prensa en comparación con la televisión, debido a la amplitud del periodismo escrito en comparación con lo fugaz que es la TV. Por lo que se refiere a la televisión, el estudio de David B. Hill (1985) que realiza sobre noticiarios señala que: los noticiarios televisivos son afectados por (1) factores controlados por los presentadores, y (2) por los rasgos conductuales de la audiencia de dichos noticieros. Estudios en los efectos controlados por los presentadores han producido un exceso de contradicciones refiriéndose a la eficacia de los diferentes métodos de la presentación de las noticias diseñados para que el receptor recuerde y adopte aprendizajes.

En este mismo sentido, Canel, Llamas y Rey, llevaron a cabo un estudio en la ciudad de Pamplona para comparar las agendas de la prensa y la televisión con la agenda pública en el cual distinguieron “diferencias entre los efectos de un medio y los efectos de otro. Siendo las dos correlaciones elevadas, hay una apreciable diferencia de casi punto y medio entre la correlación del público con los diarios y la correlación del público con la televisión. La correlación de la agenda pública es más fuerte con la agenda de los diarios que con la agenda de la televisión. Dicho de otro modo, es principalmente la prensa la que –en este caso– establece la agenda de temas de la información local” (Canel et al, 2003: 35).

Rodríguez (2004) destaca otros dos factores que afectan el proceso de establecimiento de agenda: 1) la proximidad del tema o marco geográfico, los temas *obtrusive* y *unobtrusive*; y 2) la credibilidad de la fuente, en el cual a mayor creencia y

confianza en el emisor, aumenta considerablemente la influencia de la información que es publicada en el medio y transmitida a las audiencias.

La presencia de los temas que se registran llega a tener un diferente grado de influencia en las personas a partir de su proximidad, que puede ser geográfica o por la implicación del individuo, de ahí que se planteen dos posibilidades: 1) los que se generan en el entorno más próximo, a lo cual se denominó temas *obtrusive*, familiares o cercanos y 2) los *issues* que se presentan alejados de la persona, *unobtrusive*. Zuker (1978) define los temas *obtrusive* como intrusos y son aquellos en los que las audiencias tienen una relación directa con éstos, como el desempleo, la economía personal o la inflación son asuntos más personales. Por lo que respecta a los *issues unobtrusive*, dicho autor los conceptualiza como aquellos que son lejanos, en los que las audiencias no tiene una relación directa o personal como los asuntos internacionales o los del medio ambiente.

Se considera a los temas *obtrusive* como aquellos que la persona puede experimentar directamente, por lo que no necesita a los medios de comunicación para obtener la información (un aumento de los precios de productos básicos). Los temas *unobtrusive* los define como aquellos que no se sabría nada si no fuera por los medios de comunicación (asuntos de otros países), por lo que son temas que se visualizan de una forma más lejana, como asuntos que no les competen o que definitivamente no les afecta, por ello son menos influenciables. Los temas *obtrusive* se dan dentro de lo que es la agenda interpersonal, siendo ésta, posiblemente, la de mayor peso para los individuos. Los temas que se presentan dentro de la agenda interpersonal, cumplen una función primordial en los individuos, debido a que son los asuntos que más les interesan, que les afectan de una forma más directa, de ahí su trascendencia.

Dentro de la agenda pública y la agenda interpersonal existe un espacio que se denomina “área de impacto” (Bouza, 2000), que es el área temática más sensible a la comunicación pública en general y a la comunicación política en particular, porque es el área en la que el individuo siente una clara coincidencia entre el país y él mismo. Una agenda mixta que tiene la fuerza de lo general y lo particular, y por ello parece esa agenda por la que el individuo se siente más inclinado a presionar, al tiempo que es más receptivo a toda comunicación que se haga sobre ese bloque temático mixto. El área de impacto permitiría a las organizaciones o individuos que buscan establecer un tema alcanzar su objetivo, pues el tema que se encuentra en la agenda pública se ha establecido de la misma forma en la agenda personal, debido a que el tema en cuestión

que es transmitido por los medios también será transmitido por el individuo, provocando un *issue* mediático, público, interpersonal e intrapersonal.

La cercanía o lejanía de los temas en los individuos es una parte esencial en los estudios de la *agenda setting*, debido a que en los temas *obtrusive* o cercanos los medios masivos de comunicación generan una menor influencia, pues al contar las audiencias con una experiencia directa se tiene información de primera mano y los media son relegados a un segundo plano. En caso contrario, los temas *unobtrusive*, los sujetos no tienen conocimiento directo del acontecimiento, por lo que deben echar mano de los medios masivos ante la imposibilidad de contar con la experiencia personal en el tema.

Por lo que respecta a la credibilidad de la fuente, se demuestra que a una mayor creencia aumenta la influencia y el establecimiento del tema en las audiencias. En el caso contrario se registra la misma correlación, a una baja credibilidad los consumidores son menos influenciados, la agenda del medio es menos fuerte, por lo que se ve afectado el establecimiento o fijación de los temas en las personas.

Se ha llegado a la conclusión de que los medios de comunicación tienen una mayor influencia en las personas que hacen más uso de los medios, con lo que la correlación entre los temas de los medios y de sus audiencias es más amplia. En el caso contrario, los individuos que no hacen un uso continuo y permanente de los medios tienen una menor correlación de agendas y el poder de los media es también menor. Hay que tener en cuenta que la combinación de los factores antes señalados, aquellos en los que se tiene una mayor correlación entre las agendas, reforzaría aún más el acercamiento entre las agendas mediática, pública y personal.

Además de las agendas antes explicadas, se registran otras, de muy diverso tipo y más específicas: la agenda empresarial, agenda de organizaciones no gubernamentales, de sindicatos, agenda comercial, cultural, financiera o de salud, entre otras. Todas ellas son, finalmente, asuntos de interés para la ciudadanía. McCombs y Luna Pla explican que “la utilidad de los estudios de la teoría de la *agenda setting* radica en la posibilidad de demostrar la participación e influencia de los medios de comunicación en procesos sociales y políticos, así como de predecir en función de hechos históricos la reacción y comportamiento de las audiencias ante determinados asuntos de interés público” (2003: 25).

Se ha demostrado en diversos estudios que los efectos de la agenda no solamente se dan en eventos electorales, sino también en no electorales; así como a nivel nacional y local. El número de temas que se exponen en la vida diaria de los medios, los

ciudadanos y los políticos es amplio. Todos ellos compiten entre sí por la atención, para estar tanto en la agenda mediática como en la pública y la política. Pero no sólo eso, además de los temas por discutir, que darían respuesta a la premisa de *en qué deben pensar*, se presenta el *cómo deben pensar sobre los temas o issues*, en los cuales se registra una serie de atributos que también tratarán de ser establecidos.

6.1.5. Fases de la *agenda setting*

Los diversos estudios de la *agenda setting* que se han realizado desde los años setenta han permitido el desarrollo y comprobación de la teoría y se han dividido en cuatro fases. La división realizada por McCombs y Shaw ante los 25 años del estudio de la agenda indica que “la primera –etapa– es la confirmación del hallazgo de 1972. La segunda se centra en la observación de las posibles condiciones que amplían o limitan el planteamiento de la agenda de los medios de difusión. La tercera, por una parte, extiende la consideración del efecto más allá de la sola transferencia de temas, e indaga si los medios también consiguen influir en la consideración pública de aspectos y características de los candidatos (la transferencia de la ‘agenda’ de los temas se denomina entonces ‘segunda dimensión’ o ‘segundo nivel’; y por otra parte, extiende la investigación a otros asuntos de interés personal, no limitándose a la política. Y por último, la cuarta fase, en la que la investigación se pregunta por el modo en que se configura la propia ‘agenda’ de los medios de difusión” (McCombs y Shaw, 1977: 154).

La primera fase indica que es “una búsqueda para entender la evolución de la opinión pública en la sociedad”. El primer estudio analizaba dos cadenas nacionales de televisión, cuatro periódicos locales y el *New York Times*, que era tomado como un periódico de carácter nacional. Las conclusiones a las que llegan McCombs y Shaw (2004) es la marcada influencia del periódico de Nueva York para fijar la agenda, por arriba de los diarios locales, los que a su vez eran más influyentes en el establecimiento de la agenda que la televisión, en la que resalta una audiencia pasiva.

La segunda fase concluye que no todas las personas tienen la misma necesidad de ser orientadas por los medios masivos de comunicación, por lo que se registraba una audiencia activa. Los consumidores de medios son selectivos en toda la barra de programas que se les ofrece, y principalmente lo hacen en función de sus necesidades.

En la tercera fase, los estudios de *agenda setting* no quedan solamente en el plano de analizar el poder de fijación de los temas de los medios en la agenda pública, sino que van más allá y demuestran que los *mass media* no solamente presentan temas o

issues, sino que tienen la capacidad de fijar atributos o características que son transmitidas a las audiencias, lo que se denomina segundo nivel de la agenda o segunda dimensión. Rodríguez indica que las investigaciones de la etapa demostraron que “existía una relación significativa en cómo los medios caracterizaban o hablaban de un candidato y cómo los individuos lo percibían” (2004: 54). Por lo que se comprobó la existencia de una correlación entre los atributos que presentaban los medios de comunicación y los que veían sus consumidores

La última fase de los estudios de la agenda se inicia en los años ochenta y recoge estudios tanto del primer nivel (en qué deben pensar las personas) como del segundo (cómo deben pensar), aunque agrega un nuevo componente, que es el de “¿Quién establece la agenda de los medios?” (Roberts y McCombs, 2003: 83). McCombs y Evatt hacen referencia a la complejidad de la cuarta fase al señalar que “entre las variables de esta literatura que se han introducido explícitamente en los estudios de *agenda setting*, se encuentran las fuentes externas de las noticias, como el presidente de los Estados Unidos; las principales organizaciones informativas, como *Associated Press* y el *New York Times* que influyen en otras agendas; y las convenciones y prácticas del periodismo como profesión, tales como las tradiciones de la narración y el escándalo” (1995: 17).

A la influencia de los media, al establecimiento o fijación de los temas en las audiencias se le ha denominado el primer nivel del efecto de *agenda setting*. Como ya se dijo, “la hipótesis central de la teoría de la *agenda setting*: los medios de difusión transfieren al público tanto la percepción de los ‘temas’ o ‘problemas’ sobre los cuales se ha de fijar la atención como su propia importancia relativa o ‘prominencia dentro de la propia agenda’” (Canel et al, 2003: 34). En cuanto al cómo deben pensar, se le determina como el segundo nivel del efecto de la *agenda setting*. Los medios no se limitan solamente a dar a conocer los *issues* a través de sus espacios, sino que van más allá y cuentan con un atributo que permite definir de forma más clara y directa los temas por discutir.

McCombs, López-Escobar y Llamas exponen que “más allá de la agenda de objetos –los temas–, existe otro aspecto básico que debe considerarse en el contenido de la comunicación. Cada uno de los objetos tiene numerosos atributos, las características y rasgos que componen la representación de cada objeto. Cuando los medios masivos presentan un objeto, también nos dicen algo acerca de los atributos del objeto. Algunos atributos son destacados, aunque en grados diversos. Otros sólo se mencionan de

paso. Muchos son pasados por alto. Igual que existe una agenda de asuntos públicos, de candidatos políticos o de algún otro conjunto de objetos, también existe una agenda de atributos de cada objeto. Tanto la selección que hacen los periodistas de objetos que llamen la atención como la selección de atributos para detallar las imágenes de esos objetos son poderosas funciones de la *agenda setting*. Estas agendas de atributos son el segundo nivel del proceso de la *agenda setting*, Walter Lippmann: ‘el mundo exterior y las imágenes en nuestras mentes’. El proceso del establecimiento del primer nivel de la agenda es la transferencia de la prominencia del objeto. El segundo nivel es la transferencia de la prominencia del atributo. La famosa declaración de Bernard Cohen (1963) debe revisarse para poder enunciar que los medios no sólo nos dicen en qué pensar (el primer nivel del establecimiento de la agenda: la prominencia del objeto), sino que también nos dicen cómo pensar sobre ello (el segundo nivel de la *agenda setting*: la prominencia del atributo)” (2003: 58-59).

Por su parte, Graber distingue entre el primer nivel y el segundo nivel del establecimiento de agenda, esto es, entre la atención y la comprensión, y utiliza la locución «construyen la agenda pública» de un modo descriptivo, más que para traer a colación otro concepto distinto. Como resumen, McCombs menciona que “Cohen señalaba que, aunque tal vez los medios de difusión no nos digan *qué es lo que tenemos que pensar*, sí tienen un éxito apabullante a la hora de decirnos *en qué tenemos que pensar*. La atención explícita al segundo nivel del establecimiento de agenda sugiere, además, que los medios de difusión no sólo nos dicen en qué tenemos que pensar, sino también *cómo pensar* sobre algunos objetos” (2004: 140).

6.1.5.1. Primer nivel de la agenda setting

Uno de los objetivos de los medios de comunicación es el de ser líderes de opinión y registrar la mayor influencia posible en zonas o regiones donde tienen presencia o circulan. De esta forma los propios medios de comunicación presentan diversos niveles de cobertura e influencia, pero es diferente en cada caso, como es el de las agencias de noticias y algunos grupos de televisión, que pueden registrar una influencia internacional, nacional y/o regional. Lo mismo sucede con los grupos radiofónicos, las organizaciones de cine, los medios escritos, como periódicos y revistas, etcétera, debido principalmente a que “cuanta más influencia tenga ese medio, más beneficio político y/o económico obtendrá” (López, 1995: 108).

El primer nivel de la *agenda setting* parte de las primeras investigaciones llevadas a cabo por McCombs y Shaw en los setenta, en donde constataron la influencia de la agenda mediática en la agenda pública. Confirmaron la alta correlación existente entre ambas agendas y “la solidez de la hipótesis central de la teoría de la *agenda setting*: los medios de difusión transfieren al público tanto la percepción de los ‘temas’ o ‘problemas’ sobre los cuales se ha de fijar la atención como propia importancia relativa o ‘prominencia’ dentro de la propia ‘agenda’” (Canel et al, 2003: 34).

Para Canel “los medios de comunicación son efectivos en el sentido de que consiguen transferir a la audiencia la importancia que otorgan a los temas en su cobertura” (2008: 189). En palabras de Martín Llaguno (2002) y Miralles (2004) se establece que a través de la jerarquización cuantitativa de los problemas en sus agendas, las instituciones informativas dirigen selectivamente la atención de los ciudadanos y de los políticos hacia ciertos asuntos.

La importancia del en qué pensar radica en el gran número de temas, personas, productos o eventos que se registran, que provocan una lucha por lograr su presencia dentro de los media y que a su vez sea la información que tengan presentes los consumidores de medios y aún más allá, que sean los temas que se encuentren en la opinión pública. La disputa por estar presente radica principalmente en que los medios masivos de comunicación reciben diariamente miles de acontecimientos que buscan ser aceptados, principalmente, en los espacios noticiosos; pero por ese mismo alud de información la mayoría de las ocasiones no es presentada y por lo tanto puede llegar a desconocerse su existencia.

Martín Llaguno (2002), al igual que Noelle-Neumann (1973), establece que son tres los factores –de impacto– que provocan a las personas una influencia por la agenda mediática: la acumulación, la omnipresencia y la consonancia, los cuales facilitan los efectos cognitivos, acumulativos y a largo plazo. Por su parte, Roiz (2003) indica que los efectos cognitivos de los medios de comunicación son sobre la manera de percibir el mundo social mediante la comunicación de la imagen. Los citados efectos se presentan tanto en el primer nivel de la agenda como en el segundo nivel.

El primer factor, que señala Noelle-Neumann y Martín Llaguno, proporciona conocimiento a la audiencia sobre un determinado tema a través de la acumulación, por lo que a lo largo de un periodo tiene una presencia constante y repetitiva. Se debe tener en cuenta que esta acumulación sobre un tema se refleja en un primer término de

manera cognitiva, y además genera la importancia que las propias personas le confieren de forma sutil pero efectiva.

Los medios constantemente coinciden en publicar sobre un tema que genera una acumulación de menciones que hace que el asunto sea tomado en cuenta por la ciudadanía, por la opinión pública. Esto sucede, principalmente, por la acumulación que se registra en un periodo mediano o largo, así como por la suma del conjunto de publicaciones de los diversos medios y soportes. Por lo que, como asevera Martín Llaguno (2002), a mayor número de apariciones en los medios informativos, mayor importancia (al menos potencial) en la opinión pública. Sin embargo, McCombs establece que “aunque los asuntos que reciben mayor cobertura para el público, incluso una cobertura intensiva de informaciones no constituye una garantía absoluta de un hueco en la agenda pública [...]. Los medios de comunicación de masas no dictan únicamente por sí mismos cuál será la agenda pública para los ciudadanos, con independencia de las influencias de las fuentes de noticias y de los motivos y los intereses que los ciudadanos individuales tienen” (1999: 152).

En el caso de la omnipresencia, las personas y la opinión pública se encuentran muy expuestas a los medios de comunicación que, en su mayoría, presentan un mismo tema con lo que las informaciones son muy homogéneas como si los medios se pusieran de acuerdo no sólo para presentar la misma información, sino también para determinar la jerarquización de ésta. La omnipresencia es, por tanto, “entendida como la aparición simultánea de un tema, o alguna de sus dimensiones en múltiples medios” (Martín Llaguno, 2002: 196). Esta acción que crea resonancia de los temas en la opinión pública es consecuencia de diversos factores, como la influencia que tienen las grandes agencias de información y los gabinetes de prensa, los que generan información para que ésta se publique en la mayoría de los medios al no contar éstos con el personal suficiente para cubrir todos los acontecimientos.

La consonancia, que en palabras de Martín Llaguno es “operacionalizada como la homogeneidad en la presentación de los contenidos mediáticos a lo largo de un periodo determinado, los cuales además denomina como grandes temas; siendo éstos los que periódicamente son presentados en los medios de comunicación, como pueden ser el desempleo, el aborto, el sida y la inseguridad. Los grandes temas son recordados con una frecuencia que hace que éstos no se olviden, permanezcan en las mentes de las personas o en su caso que a la primera presentación de una información sobre el tema salten recuerdos” (2002: 45).

Los tres factores antes señalados hacen que la información sea más influyente y generan una mayor expectación en las audiencias. Al contar con una cobertura en la mayoría de los medios y soportes durante un periodo de tiempo permite de forma más fácil su establecimiento en las tres agendas: mediática, pública y política. Ejemplo de ello son las denominadas crisis, que son temas de gran cobertura o una gran noticia. Además de los factores de influencia en la agenda mediática, dentro de la información Donsbach hace mención a otros factores presentes en las noticias y que favorecerían la publicación de éstas por parte de los medios: “los factores de las noticias que favorecerían la publicación de acontecimientos como la sorpresa, la tematización, la personalización y el negativismo” (1995: 45), los cuales que se presentan regularmente en situaciones de crisis, por lo que tienden a registrar una gran cobertura informativa, o como establece McCombs “las noticias que daban cuenta de una crisis se vieron especialmente estimuladas” (2004: 59).

Las crisis que se presentan en la mayoría de las ocasiones cuentan con los tres factores para influir en la agenda mediática: 1) omnipresencia, al tener cobertura y ser publicadas en la mayoría de medios; 2) consonancia, al mantenerse por un periodo de tiempo en los medios; y 3) acumulación de información por su presencia en diversos medios y soportes, así como por el tiempo que lleva presente en la agenda mediática. Además, tienen también los cuatro aspectos de relevancia de la noticia: 1) son temas que no se registran diariamente, que por ser esporádicos generan una gran expectación y sorpresa en la ciudadanía; 2) son noticias sobre temas que afectan a un gran número de ciudadanos, por lo que las audiencias le dan un mayor seguimiento, le prestan atención durante un espacio de tiempo en el cual además permanece en la agenda pública; 3) por lo regular, los medios personalizan la información, le dan nombre y apellido, lo que permite definir quién es el responsable de la crisis, disputa o afectación; y 4) por antonomasia, las crisis son negativas, presentan una parte afectada, aunque, en muchas de ellas, existe una contraparte, por lo que llega a existir la dualidad de bueno vs malo, quien se perjudica con la crisis y quien se beneficia.

El primer nivel de la agenda, en qué deben pensar las personas, tiene una fuerte determinación por la omnipresencia, la consonancia y la acumulación de los temas que se registran en la agenda mediática, por lo que “las decisiones que los periodistas toman todos los días respecto de qué sucesos y situaciones informar y de cómo presentar sus crónicas sobre ellos tienen una influencia decisiva en la formación de la opinión pública” (McCombs y Luna Pla, 2003).

La consolidación de la teoría en su primer nivel se ha hecho a través de cientos de investigaciones, en las cuales los resultados son siempre los mismos, como lo confirma Rodríguez al señalar que “con más de 150 estudios diferentes en los que apoyarse, que las agendas del público son determinadas por las agendas de los medios de comunicación” (2004: 45).

Dentro de las investigaciones en el primer nivel de la agenda, David B. Hill, (1985) encontró que en el caso de los noticiarios de televisión se predicen mayores efectos de la agenda cuando: los televidentes ponen toda su atención en las noticias sin hacer nada más al mismo tiempo; cuando los espectadores toman una decisión unilateral de ver las noticias (aunque antes de la observación otro miembro del hogar escoja ver las noticias); cuando los televidentes planean por adelantado ver las noticias; y cuando los televidentes ven las noticias solos, sin la compañía de nadie más. Cada una de estas expectativas está sustentada con las nociones de que los efectos de los media tienden a ser mayores cuando los televidentes aprovechan al máximo el programa y lo ven sin ninguna distracción.

Pero además, el mismo estudio demostró la existencia de una “evidencia substancial de que la habilidad para recordar temas noticiosos es influenciada por muchos otros factores: (1) motivación de la audiencia para verlas, ya sea por la recolección de información, diversión o alguna combinación de ambas; (2) los niveles previos de conocimiento del receptor respecto al tema de algún producto noticioso en particular, o de su interés en él; (3) la atención del televidente a los componentes de audio o video de los noticieros, especialmente cuando ambos interactúan complementariamente; y (4) la extensión que los televidentes planean de antemano su exposición ante los presentadores” (Hill, 1985).

La investigación de Canel, Llamas y Rey de 2003 con la que analizan el primer nivel del efecto *agenda setting*, identifica correlaciones altas, pero con variaciones en la influencia sobre las audiencias por diversas causas. Respecto a los medios de comunicación, señalan que es más alta la correlación de la *agenda setting* en la prensa que en la televisión al abordar los temas locales. Los temas más cercanos, *obtrusive*, no necesitan de los medios; mientras que en los *unobtrusive*, los consumidores requieren necesariamente de los media, por lo cual la correlación en los temas lejanos es más alta. Los resultados en las variables socioeconómicas son que un ciudadano con estudios es menos vulnerable a la agenda de los medios que uno sin estudios; según el sexo, encontraron que las mujeres tienden a correlacionar más que los hombres, tanto en la

prensa como en la televisión. En cuanto al consumo de los medios, concluyen que cuanto mayor es el uso de los media, mayor es la correlación entre las agendas. Respecto a los ciudadanos con mayor participación o interés en la política, se presenta que aquellos con menor interés son más influenciables por los media que aquellos que presentan el caso contrario. Finalmente, al analizar las ideologías encontraron que los individuos con ideología de izquierda presentan una mayor correlación con la agenda de los medios, tanto la televisión como la prensa, que los de tendencia a la derecha.

La publicación o colocación de temas, eventos, personas y/o grupos dentro de los medios es compleja, por los *gatekeeper* y la limitación en el espacio que tienen los medios. Al lograr colocarse se abre un espacio para que el tema, evento o personas sean del conocimiento de la opinión pública y además pueda generar opinión. El primer nivel de la agenda, que es el en qué pensar, al presentar personas u objetos, se tiene que ampliar a en quiénes pensar, debido a que de igual manera que en los temas, son solamente algunos los personajes que aparecen en los medios, que tienen cabida en ellos, por lo que se puede decir al final o en pocas palabras en el primer nivel de la agenda los medios masivos de comunicación establecen qué y quiénes existen en la sociedad mediada y mediatizada.

Los medios de comunicación son, sin lugar a dudas, creadores de temas, productos, objetos, personas, eventos, entre otros rubros. Domenach (2001) establece que la prensa moderna, cuyo bajo precio y amplia difusión, la hacen un instrumento popular y con potencia para formar la opinión pública, subrayando que sin la existencia de los medios no se podría establecer la opinión pública. Pero no sólo eso, se ha comprobado que influyen directamente en los atributos de lo que es publicado, por lo que no solamente establecen los temas, sino que fijan las características de los temas, las cuales estarán presentes en las audiencias. Al cuestionamiento ¿cómo deben pensar?, la agenda de atributos de los temas, se le ha denominado segundo nivel de *agenda setting*.

6.1.5.2. Segundo nivel de la agenda setting

Los estudios de la *agenda setting* en su segundo nivel determinan ya no sólo el en qué deben pensar las personas, sino que va mas allá y establece el en cómo deben pensar los individuos sobre los temas que les son presentados y jerarquizados por los medios de comunicación, en la agenda mediática. El segundo nivel establece atributos o características a los temas que son publicados por los medios masivos de comunicación,

con lo cual las personas establecen puntos de vista sobre los temas que les son presentados.

Para McCombs y Evatt, “la *agenda setting* no se refiere sólo a los temas, sino que incluye las imágenes y las perspectivas. Tiene que ver con cómo se produce la transferencia de la prominencia, y no sólo la prominencia de los asuntos sino también la prominencia de los aspectos de esos temas” (1995: 8). Por su parte, Martín Llaguno (2002) establece que los medios no sólo canalizan la atención del público y políticos hacia los temas generales, sino también hacia los aspectos detallados con los que se construyen estos temas.

A través de los estudios de la *agenda setting* de los medios informativos se ha demostrado que éstos tienen una influencia que en palabras de McCombs, López-Escobar y Llamas sería decir que los “elementos prominentes en la representación del mundo que hacen los medios masivos influyen en la prioridad de esos elementos en la representación por parte de la audiencia. Éste es el axioma central de la teoría de la *agenda setting*, y es una afirmación de que los elementos destacados en la agenda de los medios se reflejan en la prioridad de esos elementos en la agenda del público” (2003: 57).

La percepción de la audiencia está determinada por lo que publican los medios de comunicación en última instancia. Se debe tomar en cuenta que los propios generadores de la información, los diversos actores que tienen la posibilidad de crear la noticia, de aparecer en los medios, de la misma forma que los media, tratarán de establecer el cómo se presente la información. Cada uno de los temas que se publica en los *mass media* registra una serie de atributos, características o rasgos que son transmitidos a los consumidores. “Cuando los medios masivos presentan un objeto, también nos dicen algo acerca de los atributos del objeto. Algunos atributos son destacados, aunque en grados diversos. Otros sólo se mencionan de paso. Muchos son pasados por alto. Igual que existe una agenda de asuntos públicos, de candidatos políticos o de algún otro conjunto de objetos, también existe una agenda de atributos de cada objeto. Tanto la selección que hacen los periodistas de objetos que llamen la atención como la selección de atributos para detallar las imágenes de esos objetos son poderosas funciones de la *agenda setting*” (McCombs et al, 2003: 58).

Asimismo, McCombs, López-Escobar y Llamas señalan que la *agenda setting* dentro de su segundo nivel “no se limita a la correspondencia entre la prominencia de los temas en los medios y la audiencia. También podemos considerar la prominencia de

varios atributos de esos objetos (temas, asuntos, personas o lo que sea) presentados en los medios. La consideración de la *agenda setting* en términos de la prominencia tanto de los temas como de sus atributos permite que el concepto de *agenda setting* incluya muchas ideas similares presentadas en el pasado. Las nociones de ‘otorgamiento de estatus’, ‘estereotipamiento’ y ‘creación de imagen’ tienen que ver, todas, con la prominencia de los objetos o los atributos” (2003: 59).

Los periodistas al presentar la información, de forma constante y permanente en su redacción, hacen uso de palabras que describen de forma particular el asunto que están tratando, por lo que presentan una opinión que será transmitida a sus audiencias. El uso de atributos u opiniones por parte de los periodistas no solamente se presenta, de forma directa, en los géneros de opinión, su uso es generalizado en el resto de los géneros periodísticos, contrario a lo que se piensa y como supuestamente debería presentarse la información tanto por los periodistas como por los *mass media*.

Las valoraciones que hacen los medios masivos de comunicación logran dirigir más ampliamente la opinión de los ciudadanos; no solamente tienen la capacidad de presentar o hacer desaparecer los temas; de destacar o inhibir en sus espacios los *issues* por discutir en la agenda pública, sino que van más allá, como apunta Rodríguez: “se plantea que los medios son los contextualizadores de la realidad, ya que la encuadran dentro de una situación que ellos plantean, pudiendo llegar a condicionar o modificar lo que la gente piensa” (2004: 63).

Rodríguez Díaz ejemplifica de forma sencilla los dos niveles de la agenda; concluye que “los medios son quienes dirigen y encuadran la opinión pública (...) Cuando se emplean los términos primer y segundo nivel de la agenda se está hablando de dos pasos distintos del proceso comunicativo aunque ambos estén relacionados con la forma que tiene el público de percibir los mensajes informativos. Por ejemplo, mencionar que Esperanza Aguirre es la presidenta del Senado español es hablar de primer nivel de la agenda, ya que forma parte informativa dentro de un proceso cognitivo. Decir que dicha presidenta desempeña sus funciones de manera inteligente, discreta, buena o mala sería entrar en el segundo nivel de la agenda, ya que se tienen en cuenta juicios de opinión, matices y actitudes por parte del emisor de la noticia” (Rodríguez Díaz, 2004: 63 - 64).

En la investigación realizada por López-Escobar (1996) durante las elecciones regionales y locales de España del 28 de mayo de 1995, en la ciudad de Pamplona, se demostró que la teoría de la agenda puede ampliarse al segundo nivel con la

transferencia de prominencia de los aspectos y características. Estudiaron la agenda de los aspectos o características de los candidatos, a través de dos dimensiones: “dimensión sustantiva” y “dimensión afectiva”, para lo cual plantearon a los entrevistados dos preguntas abiertas –una sobre los candidatos al Parlamento y otra sobre los candidatos a la alcaldía–, formuladas del siguiente modo: Imagínese que tiene un amigo que no sabe nada de los candidatos. ¿Qué le daría a su amigo de ... (el nombre respectivo del candidato)? Las respuestas fueron divididas en la dimensión sustantiva, la personalidad del candidato en la que se incluyeron: la ideología, su posición ante los problemas, su cualificación, su experiencia y sus características personales. Respecto a la dimensión afectiva, se tomaron en cuenta el “tono” o adjetivos calificativos sobre las descripciones mencionadas hacia los candidatos divididos en: positivos, neutrales y negativos.

Como en el primer nivel de la agenda, los medios desempeñan el papel de presentar a la opinión pública lo que existe, en este segundo nivel, además de dar a conocer los temas, eventos, personas, productos, objetos, etcétera, la carga de atributos genera la existencia de la información, pero con un sesgo. Spiro Kioussis (2003) señala la existencia de una fuerte correlación entre la valencia de la cobertura mediática (positiva, neutral y negativa) sobre los atributos del candidato (ideología y postura ante temas específicos, detalles biográficos, la percepción de su capacidad y preparación, integridad, imagen y personalidad) y la valencia de las descripciones de ese candidato hechas por el público. Existe cada vez más evidencia de los efectos de la valencia como resultado de los movimientos en la prominencia de los atributos.

Las posibilidades de generar información y que ésta sea admitida y publicada en los medios de comunicación, y que además cuente con atributos que serán transmitidos a la opinión pública, genera restricciones por parte de los detentadores de los medios para aceptar la información, por lo que se genera una batalla tanto por el establecimiento de los temas como para transmitir los atributos. Esta batalla o lucha por la agenda, que se presenta por establecer el segundo nivel de la agenda, viene determinada por los aspectos que dan una carga de atributos a la información, que permite generar beneficios o afectaciones, no sólo el estar presente en los medios, que las personas tengan conocimiento del tema, sino en el cómo van a tener ese conocimiento, cómo las personas van a juzgar el tema, el acontecimiento, el producto o a los individuos que tienen presencia en los medios.

La búsqueda del establecimiento de los atributos en la información que se presenta por parte de los medios registra esta constante lucha entre los diversos actores

que tienen la posibilidad de crear y presentar las noticias; la imagen que se creará a la opinión pública, se verá reflejada a partir de cómo son presentadas las informaciones por los medios. En la búsqueda de la publicación con los atributos más favorables o desfavorables, los actores que se encuentran involucrados tratarán de influir para que ésta sea lo más apegada a sus intereses, lo cual presenta una carga subjetiva y premeditada. Los creadores de la información, que son los más diversos actores, tratan de establecer una relación que les sea favorable; sin embargo, la parte contraria, de existir ésta, buscará de la misma forma presentar sus argumentos y que éstos se establezcan en las diversas agendas.

En la asignación del cómo, el segundo nivel de la agenda, se registra una gran participación de las personas que trabajan en las diferentes etapas de la elaboración de la información, desde el reportero, las jerarquías en el interior del medio, hasta el cuerpo directivo de la empresa informativa, quienes, en la medida de su rango, intervienen para definir las características cualitativas de la información por publicar, en las que se verán reflejados los intereses económicos y políticos.

Miralles (2004) comenta que los ciudadanos, por lo general, juegan el papel de víctimas o de testigos de sucesos que ocupan la atención de los medios, lo cual se agrava cuando se presentan confrontaciones o disputas, así como en situaciones de crisis, debido a que está en juego la imagen, pudiendo ser ésta favorable o desfavorable y de esta forma dañar o beneficiar a los organismos, individuos o productos. Sobre este punto, McCombs y Evatt manifiestan que “la construcción de imagen se asocia con mayor frecuencia con las elecciones, e influye en los rasgos que se asocian con un candidato. [...] La creación de estereotipos lleva la idea aún más lejos, al hacer más prominentes los aspectos de un individuo o de un objeto, a menudo con resultados negativos o confusos” (1995: 24).

Cuando se habla del segundo nivel de la agenda, de la agenda de los atributos, se relaciona de forma directa con la Teoría del *Framing*, que para Rodríguez es la frontera con la teoría de la agenda. “Los medios lanzan los temas y los calificativos o tendencias que puede adoptar la audiencia cuando hablen de ellos o los incluyan en sus conversaciones. En este sentido los medios son quienes dirigen y encuadran la opinión pública. Mencionar el tema del encuadre (*framing*) o segunda dimensión es lo que también se ha denominado una nueva frontera en la teoría de la agenda, no centrada tanto en que los medios nos dicen sobre qué hay que pensar sino en cómo hay que pensar. Esto hace que el citado argumento de Cohen necesite de una revisión y

ampliación, ya que el segundo nivel de la agenda sugiere que también los medios nos dicen cómo hay que pensar sobre determinados temas” (Rodríguez Díaz, 2004: 64).

De igual manera, McCombs y Bell (1997) apuntan que si en el primer nivel de la agenda se estudiaban los temas más importantes y su jerarquización en los contenidos de los medios de comunicación, en el segundo nivel se estudian los elementos subjetivos, calificativos de opinión y comentarios que dan prominencia a un tema en los medios. Es decir, el efecto *agenda setting* en el segundo nivel tiene que ver con los aspectos relacionados con el encuadre o *framing*, con la subjetividad y las respuestas emocionales, no con los temas.

La conceptualización del *framing* en el segundo nivel de la agenda es descrita por Tankard, Hendrickson, Siberman, Bliss y Ghanem como un encuadre mediático, como "la idea organizadora central del contenido noticioso que ofrece un contexto y que indica cuál es el asunto mediante el uso de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración" (1991: 3). Por su parte, Entman lo define con los siguientes términos: “Encuadrar es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más prominentes en un texto comunicativo, de tal modo que se propone una definición concreta del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento del asunto descrito. En otras palabras, definir una agenda de atributos que caracteriza los principales rasgos definitorios de un objeto” (1993: 52).

Ante el segundo nivel de la *agenda setting*, como propone Rodríguez Díaz (2004), el concepto acuñado por Bernard Cohen de que puede ser que la prensa no tenga mucho éxito en indicar a la gente qué pensar, pero tiene un éxito sorprendente en decirles a sus lectores sobre qué pensar, debería ser cambiado al de: puede ser que la prensa –y los demás medios de comunicación– no tenga mucho éxito en indicar a la gente qué pensar, pero tiene un éxito sorprendente en decirles a sus lectores –receptores– sobre qué y cómo pensar. McCombs va más allá y subraya que “los medios de comunicación no sólo pueden decirnos sobre qué pensar, también pueden decirnos cómo pensar y quizás también puedan decirnos qué hacer” (1998: 8).

6.2. TEORIA DEL *FRAMING*

La metodología de investigación denominada “*framing*”, que parte del término “*frame*”, se aplica en diversas disciplinas (psicología, sociología, comunicación, política, movimientos sociales, entre otras), con grandes éxitos a nivel mundial, lo que ha generado el reconocimiento y acreditación de la citada teoría en el mundo académico. Las primeras investigaciones en torno al concepto de *framing* o *frame* (Bateson, 1972) (Goffman, 2006) se presentaron en la psicología y la sociología, con la intención de descubrir cómo se construye la realidad teniendo en cuenta el lenguaje y las interacciones personales.

Irving Goffman es quien define la pauta en los estudios a través de su libro *Frame Analysis, Los marcos de la experiencia*, donde establece que “un marco de referencia primario es aquel que se considera que se convierte en algo que tiene sentido, lo que de otra manera sería un aspecto sin sentido en la escena” (2006: 23); ello permite afirmar que los *frames*, como señala Goffman, organizan los significados de nuestro mundo. Los conceptos diseñados por el sociólogo canadiense posibilitan el estudio de los más diversos fenómenos de la sociedad actual, lo que ha permitido que otras disciplinas, como el estudio de los medios masivos de comunicación, hayan tomado como punto de partida los *frames* o “marcos”¹⁹ de Goffman.

En la traducción que José Luis Rodríguez realiza del libro de Goffman se subraya la importancia del concepto y alcances que ha registrado en la actualidad el *frame* análisis, los cuales se han incrementando considerablemente. “La potencia de los conceptos diseñados por Goffman en *Frame Analysis, Los marcos de la experiencia* nos permite estudiar fenómenos de gran actualidad en la vida cotidiana y desde los más frívolos, como el mundo de los famosos, esos habitantes de las revistas y programas televisivos del corazón que viven de y cuentan las miserias de la gente famosa, a los serios y de gran alcance, como el terrorismo que azota a Europa en estos momentos o el engaño masivo de las armas químicas en posesión de Irak para desencadenar una guerra terrible de consecuencias todavía imprevistas, que abusan de los cambio de clave y de las fabricaciones para convencer a través de los medios de una opinión pública anegada

¹⁹ De forma personal se retoma el concepto de “marco” a partir de la traducción de “*frame*” que realiza José Luis Rodríguez en la obra de Goffman, *Frame Analysis* (2006). El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define la palabra “marco” como: (Del germ. *mark; cf. nórd. mark, a. al. ant. marka). 1. m. Pieza que rodea, ciñe o guarnece algunas cosas, y aquella en donde se encaja una puerta, ventana, pintura, etc. 2. m. Ambiente o paisaje que rodea algo. 3. m. Límites en que se encuadra un problema, cuestión, etapa histórica, etc.

de una mezcla de contaminantes y degradantes del medio ambiente y social, tan peligrosa como la basura radioactiva” (Rodríguez, 2006, X).

Después de más de 20 años de investigación del *frame*, como secuencia del segundo nivel de la teoría de la *agenda setting*, sería muy ambicioso poder enumerar todos los trabajos que se han realizado a partir del concepto de Goffman, que como ya se ha señalado, ha sido aplicado a los más diversos aspectos de las ciencias sociales. Aún en la actualidad, diversos autores siguen discutiendo, unos a favor y otros en contra, si la teoría del *framing* es una consecuencia de los postulados de McCombs y Shaw. Los primeros aceptan y establecen que la teoría de la agenda en su segundo nivel es similar al *framing*, debido a que resaltan los atributos o características de la información que se presenta; mientras que los segundos aseguran que el *framing* es una teoría totalmente diferente al segundo nivel de la agenda, debido a que ésta en su segunda dimensión destaca la prominencia de la información, que es diferente a los encuadres que señala el *framing* y que permite la conceptualización, a partir de la síntesis de lo que presentan de forma específica los medios masivos de comunicación.

Esta forma de organizar y dar sentido a lo que se presenta en nuestra vida nos permite conceptualizar lo que nos rodea, crear nuestra realidad a partir de la percepción propia como parte de la suma o acumulación de experiencias tanto endógenas pero principalmente exógenas, las cuales además se sumarán al nuevo conocimiento que sea percibido a través de diferentes medios, tal como lo establece José Luis Rodríguez: “Los marcos, como dice nuestro autor, no sólo organizan el significado, sino que además organizan la participación, por lo tanto tienen que ver no sólo con el conocimiento sino también con la acción” (Rodríguez, 2006: X).

Cabe destacar que Goffman retoma el concepto de “*frame*” del trabajo de Gregory Bateson “A theory of play and phantasy”, quien “plantea directamente la cuestión de la seriedad y la falta de seriedad, permitiéndonos ver cuán sorprendente es la experiencia, de tal modo que una parcela de actividad seria puede ser utilizada como modelo para montar versiones carentes de seriedad sobre la misma actividad y que, en ocasiones, puede que no sepamos si lo que está ocurriendo es la realidad misma o una representación” (Goffman, 2006: 7). Es importante ver cómo Bateson introduce la existencia de finitas posibilidades para interpretar un acontecimiento, el propio individuo tiene una amplia gama de interpretaciones sobre un mismo hecho y propone el término “*frame*”.

El antropólogo definió el concepto de *frame* en el proceso de recepción de mensajes como el contexto o marco de interpretación por el cual los individuos se detienen en algunos aspectos de la realidad, ignorando otros, para lo cual emplea la metáfora del marco que delimita el lienzo de la pintura que se encuentra en su interior, lo que permite distinguir el cuadro de la pared. “Para Bateson, los marcos son instrumentos de la psique, con los que se ahonda en las diferencias que encontramos en las cosas. Su interés no reside en las cosas mismas, sino en los por él denominados ‘circuitos’ de formas diferenciales que extraemos de las cosas y que residen en la mente” (Sábada, 2008: 31). Asimismo, Bateson utiliza una segunda analogía, la de los conjuntos matemáticos, más abstracta, en la cual “las relaciones de los conjuntos son ilustradas por diagramas en los cuales los elementos del universo se representan por puntos y los conjuntos más pequeños, delimitados por líneas imaginarias que encierran los integrantes de cada uno de ellos” (Koziner, 2013: 13).

Esta amplia gama de posibilidades que tienen los propios individuos sobre la interpretación o enfoque que le dan al acontecimiento se multiplica por el número de individuos. Explica brevemente que “cualquier acontecimiento puede ser descrito en términos de un enfoque que incluye un espectro más amplio o más reducido –puesto que la cuestión está relacionada, pero no es idéntica–, basado en un enfoque en primer plano o distante y el nivel empleados. Algo similar sucede en la relación con la perspectiva. Cuando los roles que participan en una actividad están diferenciados –circunstancia muy frecuente probablemente– la visión que tiene una persona de lo que está pasando es bastante diferente a la de otra” (Goffman, 2006: 9). Y establece de forma clara y precisa que un mismo acontecimiento o una misma ocasión social llegan a diferir ampliamente en su caracterización retrospectiva, debido al rol que juega el individuo al tener la posibilidad de proporcionar un juicio valorativo diferente según sea el tipo de tarea en particular (Goffman, 2006).

El objetivo que se establece el sociólogo dentro de su obra es el de “intentar aislar algunos de los marcos de referencia disponibles en nuestra sociedad que son básicos para la comprensión y la explicación del sentido de los acontecimientos, así como analizar los riesgos especiales a que están sujetos esos marcos de referencia. Comenzaré con el hecho de que, desde el punto de vista particular de un individuo, en tanto que es posible que una cosa pueda aparecer momentáneamente como lo que realmente está pasando” (Goffman, 2006: 10).

Mientras las aportaciones de Gregory Bateson fueron principalmente en el área de la psicología, al establecer que los marcos son instrumentos de la psique, en donde los hombres como los animales hacen uso de los *frames* para constituir sus pautas de conducta, Erving Goffman se basa principalmente en la sociología, desde la cual analiza, principalmente, cómo se organizan los acontecimientos en la sociedad en conjunto, no sólo en la mente de las personas: “Las definiciones de una situación se construyen de acuerdo con principios organizativos que gobiernan los acontecimientos, al menos los sociales, y nuestra implicación en ellos [...] *frame* es la palabra que usaré para referirme a esta suerte de elementos básicos que soy capaz de identificar. Mi frase de ‘análisis de *frames*’ se refiere a la exploración en esos términos de la organización de la experiencia” (Goffman, 2006: 10 - 11).

Asimismo, destaca que para Entman “‘*framing*’ está vinculado principalmente con selección y relevancia; encuadrar (*to frame*) es seleccionar algunos aspectos percibidos de la realidad y hacerlos destacar en los medios de comunicación, es decir, es una forma de hacer destacar un problema particular” (1993: 52). Aunque esta definición no coincide exactamente con la idea de *framing* como marco interpretativo de una noticia, el autor añade que dicho efecto también se relaciona con diferentes valores. Algunos de ellos pueden ser culturales, de diagnóstico de causas, fuerzas causantes del problema, efectos, soluciones al problema, etc. Dicho proceso está vinculado con el emisor, texto, receptor y cultura, incluyendo cuatro características: 1) define el problema, 2) diagnostica las causas, 3) elabora juicios morales y 4) proporciona soluciones. La forma en que la teoría del encuadre funciona en los medios masivos de comunicación está relacionada con el enfoque que los periodistas quieran dar a una noticia, considerarla más noticiable que otra, agrandarla o hacerla memorable a la audiencia.

6.2.1. Orígenes del *framing*

Las primeras aportaciones de la teoría del *framing* las realiza el antropólogo Gregory Bateson, quien hace uso del concepto de *frame* o marco, el cual define como una herramienta que permite explicar por qué las personas centran su atención en algunos aspectos de la realidad y otros son descartados.

“Bateson introdujo su propia versión utilizable de la noción de poner entre corchetes [*bracketing*] y también el argumento de que los individuos pueden introducir

intencionalmente una confusión en el marco de aquellos con los que están tratando; es en el artículo de Bateson donde propone el término marco [*frame*]" (Goffman, 2006: 7).

Erving Goffman hace uso del término de Bateson "*frame*" y lo conceptualiza desde una dimensión social a partir de la formulación del teorema de William Issac Thomas: "Si los individuos definen una situación como real, esa situación es real en sus consecuencias" (2005: 27) (Goffman, 2006: 1); además introduce el concepto de "definición de la situación" (Thomas, 2005: 1) (Sábada, 2008: 24). De forma particular Goffman define el concepto de marco como una situación que se forja de acuerdo con los principios de organización que gobiernan los eventos sociales y la relación subjetiva con ellos.

Para Sábada (2008), la preocupación inicial estuvo dirigida en los procesos intersubjetivos de definición de la situación de la sociología interpretativa, siendo una de las principales aportaciones la definición de la situación. El propio Thomas "explica que, antes de actuar, el individuo hace una idea de la situación que tiene ante él, consultando con sus actitudes y conocimientos previos. Las personas por lo tanto, no responden directamente a los hechos objetivos, sino que lo hacen con referencia a su interpretación. Esta interpretación, con sus contenidos normativos y sociales, condicionan su respuesta y acción. Por su parte Thomas (2005), indica que la conducta humana, a diferencia de la animal, no está determinada únicamente por los estímulos, sino que "antes de cualquier acto determinado de conducta siempre hay un nivel de examen y deliberación que llamamos definición de la situación. Y realmente, no sólo los actos concretos son dependientes de la definición de la situación, sino que gradualmente la vida social entera y la personalidad del individuo derivan de series de tales definiciones" (Thomas, 2005: 28).

El concepto de definición de la situación fue propuesto por William I. Thomas en 1923 "para explicar el proceso de examen y deliberación que precede a toda conducta humana: antes de actuar, los individuos elaboran una idea acerca de la situación que se les presenta; para ello, consultan sus conocimientos previos y configuran una interpretación que, condicionada por normas y contenidos sociales, guiará la acción" (2005: 29). Para Koziner el teorema de Thomas es el desarrollo de la sociología interpretativa, la cual "marca una ruptura respecto de la posición epistemológica del positivismo en las ciencias sociales, que pretendía emular las formas de conocimiento de las ciencias naturales más avanzadas" (2013: 5).

Thomas apunta: “Y realmente no sólo los actos concretos dependen de la definición de la situación, sino que gradualmente toda una política de vida o la personalidad del individuo provienen de una serie de definiciones de este estilo” (2005: 29). Por su parte, Goffman manifiesta que “hay que buscar casi siempre una ‘definición de la situación’ pero por lo general aquellos que intervienen en esa situación no crean la definición, aun cuando a menudo se pueda decir que sus sociedades sí lo hacen; normalmente, todo lo que hacen es establecer correctamente lo que debería de ser la situación para ellos y actuar después en consecuencia” (2006: 1).

Sobre la percepción de la realidad, Goffman indica que William James en su capítulo “The perception of reality”, “en vez de preguntarse qué cosa era la realidad, James dio a la cuestión un giro fenomenológico subversivo, subrayando la siguiente pregunta: *¿En qué circunstancias pensamos que las cosas son reales?* Lo importante de la realidad, según él, es nuestra sensación de su ser real [...]. Entonces, después de adoptar esta posición radical, James se echó para atrás: concedió un estatus especial al mundo de los sentidos, siendo el que nosotros juzgamos que es la realidad más real” (2006: 2 – 3).

Sádaba (2001, 2008) indica la existencia de tres corrientes que contribuyeron al surgimiento de la teoría del *framing* utilizadas, principalmente, en investigaciones en el área de comunicación y de los movimientos sociales: 1) interaccionismo simbólico, 2) la fenomenología y 3) la etnometodología. En tanto Koziner subraya que las tres corrientes mencionadas “relacionadas entre sí por su reacción al positivismo estructuralista de Talcott Parsons, los aportes de estas disciplinas resultaron fundamentales en el nacimiento y crecimiento del encuadre como cuerpo teórico en las ciencias sociales” (2013: 4) .

6.2.1.1. Interaccionismo simbólico

La Escuela de Chicago dentro de la sociología interpretativa que incluye el interaccionismo social realiza diversas aportaciones, como el del comportamiento colectivo, el cual se despliega en actitudes como el furor o el pánico, y en la idea que el comportamiento colectivo es de carácter irracional. Sábada subraya que para el interaccionismo simbólico “lo importante no es cómo se presenta la realidad exterior, sino cómo es interpretada, incide así en la idea de que la interpretación de los individuos se realiza a través de las relaciones y en los símbolos que proporciona la sociedad como instrumentos que posibilitan la comunicación” (2008: 27).

El enfoque metodológico del interaccionismo simbólico es sintetizado en tres indicios por Blumer (1969), que será utilizado posteriormente por diversos autores: 1. Los seres humanos actúan y se relacionan tanto con el mundo físico como con otros seres sobre la base de los significados que éstos tienen para ellos. 2. Los significados surgen de la interacción social que se produce entre los individuos. Esta comunicación es simbólica, puesto que se lleva a cabo mediante el lenguaje. 3. Dichos significados se construyen y se transforman a través de un proceso interpretativo en el que los actores seleccionan, moderan, suspenden, reagrupan y modifican los significados de acuerdo con la situación en la que están inmersos y la orientación de su accionar.

6.2.1.2. Fenomenología

La percepción de la realidad es retomada posteriormente por Alfred Schutz en el ensayo “On multiples realities” (1945), trabajo que “seguía al de James de un modo sorprendentemente cercano, pero, prestaba más atención a la posibilidad de descubrir las condiciones que deben cumplirse para generar un ámbito de ‘realidad’, un ‘área limitada dotada de sentido’, en cuanto opuesta a otra. Schutz añadía la noción, interesante, aunque no del todo convincente, de que nosotros experimentamos una clase especial de *shock* cuando saltamos repentinamente desde un ‘mundo’, digamos el de los sueños, a otro, como el del teatro” (Goffman, 2006: 4).

De forma más sintetizada Sábada (2008) indica que el trabajo de Schutz, dentro de la fenomenología, identifica a la vida cotidiana como la realidad suprema, la cual parte de interpretaciones incuestionables, de una “actitud natural” compartida que acepta la existencia de los fenómenos sociales, por lo que son conocimientos socializados. La realidad social surge de definiciones individuales y colectivas. Los hombres son un producto social: aprenden lo que se considera realidad en los procesos de socialización. Los seguidores de Schutz, Peter Berger y Thomas Luckmann en el libro *The social construction of reality* (1985) señalan que la realidad se construye socialmente y es producto de definiciones individuales y colectivas por lo que los hombres también son un producto social, “en cuanto que aprenden lo que se considera realidad en los procesos de socialización, al mismo tiempo que la sociedad es producida por los hombres al institucionalizar sus acciones” (Sábada, 2008: 28).

La teoría del *framing* que se establece en sus inicios dentro de la corriente caracterizada por el constructivismo social analiza la interacción social como constructora de la propia sociedad y la realidad, interacción que es dividida en tres

momentos por Berger y Luckmann. El primero se denomina la externalización y significa que la sociedad es un producto de la actividad de los hombres. El segundo es la objetivación con el que se analiza la sociedad como una realidad objetiva e independiente de la conciencia de los individuos. El tercero es el de la internalización, por el que el hombre es también un producto de su sociedad (Berger y Luckmann, 1985).

6.2.1.3. Etnometodología

Dentro del constructivismo social, de forma particular en la etnometodología, Harold Garfinkel publica en 1967 *Studies in ethnomethodology*, en donde se investiga “la contingencia de la realidad social en cuanto que está socialmente construida. Es decir, las cosas que se dan por supuestas podrían ser de otro modo, puesto que se construyen socialmente” (Garfinkel, 1967). Desde la teoría de la Atribución, Fritz Heider (1958) indicó que las personas no entienden la complejidad del mundo, por lo que tratan de inferir en sus relaciones causales. Más tarde extendió la definición de atribución a una consideración social. En términos individuales, la gente tiende a atribuir la conducta a causas internas o disposicionales. En términos sociales, a causas externas o situacionales.

Juan Caballero Romero sistematiza la naturaleza de la realidad social para la etnometodología a partir de cinco premisas:

1. “La realidad como actividad reflexiva. Nuestras acciones y pensamientos forman parte del proceso de creación de la realidad. No obstante, solemos ocultarnos a nosotros mismos las características de este proceso, por lo que los etnometodólogos proponen ‘experimentos disruptivos’ que permiten hacerlos conscientes.
2. La realidad como cuerpo coherente de conocimientos. Las personas, entre las cuales se incluyen los sociólogos que las estudian en su vida cotidiana, organizan el mundo en realidades coherentes, pero estas versiones no siempre coinciden entre sí. Los etnometodólogos se reconocen a sí mismos conscientes de este problema y se esfuerzan por limitar las distorsiones en la comprensión de la realidad.
3. La realidad como actividad interactiva. La existencia de la realidad social surge de la incesante interacción recíproca de los individuos.
4. La fragilidad de las realidades. Las realidades sociales son creaciones frágiles

que pueden ser fácilmente quebradas. El etnometodólogo puede forzar intencionalmente esa ruptura mediante ‘experimentos disruptivos’, que le permiten explorar las particularidades de ese proceso de construcción de la realidad.

5. La permeabilidad de las realidades. Las personas viven y se desenvuelven en diversos mundos sociales y se pueden mover entre diferentes realidades. De modo que una conducta aceptable en un contexto puede no serlo en otro” (1991: 92-93).

Al igual que Schutz y Garfinkel, Goffman (2006) explica que las personas no pueden comprender el mundo en su totalidad, por lo que clasifican e interpretan sus experiencias de vida; interpretaciones que están condicionadas por la propia sociedad, además de vivir con normas heredadas, adquiridas, compartidas y transmitidas socialmente.

En los años sesenta se registró un amplio impulso en la teoría del *framing* cuando la hipótesis se enfocó, principalmente, a las investigaciones de los movimientos sociales. Se empezó a utilizar, con mucha fuerza, para el estudio de los movimientos que surgieron en Estados Unidos –estudiantil norteamericano– y Europa, que sirvieron para cuestionar las conclusiones socioeconómicas y de clase como única explicación de la acción colectiva. Posteriormente, Snow y Benford (1992) hicieron uso de la teoría para demostrar el empleo de marcos como un conjunto de creencias y significados orientados a la acción que permiten legitimar las acciones de un movimiento social. Dentro de las investigaciones sobre movimientos sociales Chihu Amparán explica:

“Los estudiosos de los ‘marcos’ interpretativos para la acción colectiva han subrayado su función como dispositivos que pueden ocultar o llamar la atención sobre una injusticia social o definir como impropio o inmorale lo que anteriormente había sido observado como natural. Los ‘marcos’ de referencia para la acción colectiva orientan a los actores para evaluar un problema y estimar los resultados de la movilización en torno al conflicto. El concepto de ‘marco’ de significación para la acción colectiva se refiere a un esquema interpretativo que simplifica y condensa la realidad a través de la selección, el señalamiento y la codificación de situaciones, eventos, experiencias y secuencias de acciones relacionadas con el presente o el pasado del movimiento social. De este modo, el surgimiento de un movimiento indica la existencia de cierto grupo de actores que han logrado formar la identidad y la solidaridad colectivas indispensables

para movilizarse en respuesta a un conflicto determinado. En la base de ese conflicto, los movimientos sociales cobran vida dentro de un proceso de definición y comunicación al intercambiar concepciones con sus adversarios” (2006: 10).

Respecto a los estudios de los medios masivos de comunicación, la teoría del *framing* ha sido ampliamente aplicada en las últimas tres décadas con grandes aportaciones. Aunque Koziner (2013: 3) subraya que “no hay consenso acerca de qué debe entenderse por *frame* o *framing* en el campo de la comunicación”, existen definiciones de diversos autores, como Entman (1993), Tankard (2003) y Reese (2003), que consideran que los *mass media* guían a las audiencias tanto para definir su realidad, como para establecer la importancia de la información que presentan en sus espacios.

En los media, Entman señala que encuadrar es “seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes en un texto comunicativo, de modo que se promueva una determinada definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito” (1993: 52). Por su parte Tankard define al *frame* o *framing* como “una idea organizadora central del contenido informativo que ofrece un contexto y sugiere cuál es el tema mediante el uso de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración (2003: 3). En tanto Reese lo define como “principios organizadores socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo” (2003: 11).

En el área de comunicación tampoco se encuentran totalmente definidas las fases en las que se hace uso de los *frames*. Koziner (2013) señala que algunos autores se detienen en una única etapa, mientras que otros entienden que atraviesa todo el proceso informativo, desde la elaboración y tratamiento de las noticias, hasta las huellas que deja en el contenido y los efectos que genera en la recepción por parte de la audiencia.

6.2.2. Erving Goffman y el *Frame Analysis*, *Los marcos de la experiencia*

Como se señaló en los apartados anteriores relativos al *framing*, la aportación de Erving Goffman es profunda y es la base fundamental para los estudios que retoman esta idea. Por ello se considera pertinente elaborar este apartado partiendo del libro de Goffman, *Frame Analysis, Los marcos de la experiencia*, para retomar los principales conceptos que permiten llevar a cabo estudios y análisis con la citada teoría, primordialmente en los estudios de los movimientos sociales y, en las últimas dos décadas, en los de los medios masivos de comunicación.

En el primer capítulo, Goffman describe de forma precisa los marcos de referencia primarios, e indica: “aquel que se considera que convierte en algo que tiene sentido lo que de otra manera sería un aspecto sin sentido en la escena” (2006: 23). Además, los marcos de referencia primarios pueden variar en el grado de la organización; para el investigador canadiense “algunos son claramente presentables como un sistema de entidades, postulados y reglas; otros –la mayoría– parecen no tener una forma articulada visible, aportando sólo una tradición de comprensión, un enfoque, una perspectiva. Sin embargo, cualquiera que sea su grado de organización, todo marco de referencia primario permite a su usuario situar, percibir, identificar y etiquetar un número aparentemente infinito de sucesos concretos definido en sus términos” (2006: 23).

Estos marcos de referencia primarios se dividen en: naturales y sociales. Los primeros “identifican los sucesos que se consideran como no dirigidos, orientados, animados ni guiados, los ‘puramente físicos’ [...] Se considera que no hay ninguna agencia que se interfiera deliberada, causal ni intencionalmente, que ningún actor dirige continuamente el resultado” (Goffman, 2006: 24).

En cuanto a los marcos sociales, subraya que “proporcionan una base de entendimiento de los acontecimientos que incorporan la voluntad, el objetivo y el esfuerzo de control de una inteligencia, de una agencia viva –siendo el ser humano la más importante de ellas–. Esa agencia lo es todo menos implacable, y puede ser engatusada, adulada, insultada y amenazada. Lo que hace puede describirse como hacer guiados (*guide doings*). Estos actos someten a quienes lo realizan a criterios, a la valoración social de la acción basada en su honestidad, eficiencia, economía, seguridad, elegancia, tacto, buen gusto, etc. Se mantiene un tratamiento seriado de la secuencialidad, es decir, un control corrector continuado, que se hace más visible cuando la acción es inesperadamente bloqueada o desviada, requiriéndose un esfuerzo compensatorio especial. Intervienen el motivo y la intencion y su imputación ayuda a seleccionar el marco de referencia (de entre los varios existentes) que se aplicará para la comprensión. Un ejemplo de hacer guiado sería el pronóstico del tiempo en un noticiario. Así pues, se trata de hechos y no de meros acontecimientos” (Goffman, 2006: 24 - 25).

Un aspecto fundamental de los marcos de referencia primarios de tipo social, es que éstos comparten reglas, aunque éstas sean de manera distinta. Los marcos de referencia primarios permiten a las personas percibir los acontecimientos que se

registran a su alrededor, y el tipo de marco que se emplea da la capacidad para describir el acontecimiento al que se aplica.

El principal cuestionamiento que realiza Goffman para explicar el uso de encuadres y que además le permite el análisis microanalítico es el de “¿Qué es lo que está pasando aquí? La respuesta es: un acontecimiento o un suceso descrito dentro de algún marco de referencia primario. Entonces puede uno empezar a preocuparse por cuestiones microanalíticas acerca de lo que se quiere decir con nosotros, lo y aquí, y acerca de cómo se logra el consenso implicado” (2006: 27).

Dentro de los marcos de referencia primarios, Goffman explica la existencia de éstos en un grupo social determinado, “el cual constituye el elemento central de su cultura, especialmente en la medida en que emerge una comprensión relativa a los principales tipos de esquemas, a las relaciones de estos tipos entre sí y a la suma total de fuerzas y agentes que estos diseños interpretativos reconocen que se hallan sueltos en el mundo. Debemos intentar formarnos una imagen del marco o de los marcos de referencia de un grupo –su sistema de creencias–, su ‘cosmología’” (2006: 29).

Como conclusión respecto de los marcos de referencia primarios, comenta que las perspectivas primarias son poderosas en el sentido de que llegan a un número muy amplio de individuos, quienes se encuentran involucrados e implicados ampliamente, además que son muchos más de los que pueden y son participantes directos y activos. Este poder lo explica Goffman al indicar que “parece que difícilmente podemos mirar alguna cosa sin aplicar un marco de referencia primario, haciendo, por tanto, conjeturas sobre lo ocurrido previamente y anticipando expectativas sobre lo que probablemente vaya a ocurrir después” (2006: 41).

Otro término de gran envergadura en la tesis de Goffman es la de clave (*key*): “Me refiero aquí al conjunto de convenciones mediante la que una actividad dada, dota ya de sentido en términos de cierto marco de referencia primario, se transforma en algo pautado sobre la actividad, pero considerado por los participantes como algo muy diferente” (2006: 46).

Asimismo, introduce el concepto “proceso de transcripción” o “cambio o transposición de claves (*keyings*)”, el cual Goffman explica de la siguiente manera: “a) Supone una transformación sistemática a través de un material que ya posee sentido de acuerdo como un esquema de interpretación, y sin el cual la transposición de claves no tendría sentido; b) Se espera de los participantes en la actividad que sepan y reconozcan abiertamente que se produce una alteración sistemática, que reconstruirá radicalmente lo

que les está pasando; c) Habrá indicadores para establecer cuándo va a comenzar y a acabar la transformación; d) El paso de una clave a otra no se limita a los acontecimientos percibidos dentro de una determinada perspectiva y; e) La transformación sistemática que introduce una determinada transposición de claves sólo puede alterar ligeramente la actividad así transformada, pero cambia por completo lo que un participante diría que está pasando” (2006: 46). “La transposición de claves, pues, cuando se produce, desempeña un papel crucial para determinar lo que pensamos que realmente está sucediendo” (Goffman, 2006: 47 - 48).

Además de la transposición de claves o *keyings*, existe la posibilidad de que se registre una retransposición (*rekeying*), la cual no tiene límites en el número de transposiciones y retransposiciones “a las que puede someterse una franja de actividad; ciertamente son posibles múltiples cambios de clave” (Goffman, 2006: 86). La transposición y retransposición de claves permite que una actividad sea transformada, lo cual la hace vulnerable a cambios. Otro caso de vulnerabilidad transformacional para Goffman es la fabricación (*fabrication*), entendida como el “esfuerzo deliberado de uno o más individuos para manejar una actividad de modo que se induzca a otros a formarse una creencia falsa de lo que está sucediendo. A aquellos que fabrican el engaño puede llamárseles maquinadores, fabricantes, impostores. De otra parte, puede decirse que aquellos llevados deliberadamente a engaño se encuentran enredados –enredados en una construcción o fabricación–” (2006: 89).

“Las fabricaciones, al igual que las transposiciones de claves, requieren el uso de un modelo, el uso de algo que ya tiene sentido en términos de un marco de referencia primario. Pero mientras que la transposición lleva intencionalmente a que todos los participantes tengan una misma visión de lo que sucede, la fabricación requiere diferencias” (Goffman, 2006: 90).

Los que se encuentran en el engaño, los que saben de él llevan a cabo una fabricación. En palabras del estudioso canadiense, es “el borde del marco”, una construcción que solamente la ven los que la fabrican, por lo cual los engaños estarán en un lado y en el otro se encontrarán las actividades no transformadas. “En un lado hay, pues, un marco cuyo borde, por diseño, va más allá de la percepción de las categorías de los participantes; en el otro lado, uno cuyo borde es visible para todas las partes implicadas” (Goffman, 2006: 91). Estas fabricaciones son totalmente estratégicas.

A la multiplicación de transformaciones que permite la fabricación de las transposiciones y retransposiciones claves, se debe sumar la presencia de claves

fabricadas, que es el borde del marco, una nueva fabricación que provoca una mayor vulnerabilidad al modificar los marcos de referencia primario. “Al igual que las transposiciones de claves se pueden transformar en fabricaciones, así también las fabricaciones se pueden transformar en otras nuevas fabricaciones; en resumen, el enredo puede ser enredado de nuevo” (Goffman, 2006: 169).

Erving Goffman señala la complejidad de los marcos, que divide en incentivo y extensivo. Destaca, pues, que “la complejidad del marco aparentemente se puede desarrollar de dos formas, una incentiva y otra extensiva. El modo intensivo gira en torno a la decisión de acción, como cuando Sherlock Holmes se tuvo que bajar del tren para evitar encontrarse con Moriarty, y entraña el problema del espejo: si él piensa que yo pienso que él piensa, y así sucesivamente. Ésta es la clase de complejidad por la que la teoría de los juegos parece haberse preocupado principalmente, y en este caso las situaciones estratégicas reales pueden ciertamente hacerse tan complicadas como las sujetas a un guion. El aspecto extensivo de la complejidad gira en torno a la cuestión de la secuencia o el ordenamiento” (Goffman, 2006: 192).

En los marcos de referencia primarios, que se dividieron en dos: naturales y sociales, Goffman indica la existencia de una diferencia fundamental, que es el rol otorgado a los actores y en especial a las personas.

“En el caso de las perspectivas naturales, los individuos no gozan de un estatus especial, estando sujetos al mismo modo de ser determinista, carente de voluntad y amoral que en cualquier otra parte de la escena. En el caso de los marcos de referencias sociales, los individuos aparecen de manera diferente. Se definen como agencias autodeterminadas, legalmente competentes para actuar y socialmente responsables de hacerlo debidamente. En relación con esto último, los individuos tienen un rol totalmente especial en la actividad. Además, la relevancia de este rol es algo difusa. Las propiedades que atribuimos a los actores normales, tales como la percepción correcta, la voluntad personal, una gama de competencias adultas, el acceso a la memoria, una medida de empatía respecto a los otros presentes, honestidad, fiabilidad, identidad social y personal determinadas y cosas semejantes, intervienen, en una multitud de manera, en el trato interpersonal” (Goffman, 2006: 195).

El sociólogo destaca la existencia de marcos de referencia fabricados, los cuales son situaciones que podrían ser imposibles, como una invasión de extraterrestres, clarividencias, magia, influencia astrológica, por “lo que se fabrica es no sólo una ocasión para la actividad, sino también la *posibilidad* de esa misma actividad”

(Goffman, 2006: 207). En este punto hace referencia a las cuestiones socialmente importantes, las cuales “no disponen en la sociedad de controles muy eficaces respecto a la validez o a la falta de validez de un marco de referencia. Puede que una creencia específica no sea crucial y que no sea posible una confrontación específica de los marcos de referencia que compiten entre sí. O puede que sea escaso el interés por seguir de cerca esas explicaciones alternativas existentes, o se preste poca atención a las que se presentan como tales” (Goffman, 2006: 208).

En la exposición que hace Goffman de la teoría del *framing*, indica que la actividad no se presenta solamente en el interior del marco y en el borde de éste, sino que también se presenta fuera. “Dada una corriente de actividad enmarcada de una determinada manera y que ofrece un enfoque principal y oficial de atención para los participantes ratificados, parece inevitable que ocurran simultáneamente otros modos y líneas de actividad (incluyendo la comunicación en sentido estricto) en el mismo escenario, segregados del flujo que domina oficialmente, y que serán tratados, si es que se tratan como algo aparte. En otras palabras, los participantes prosiguen en una línea de actividad –una línea argumental– a lo largo de una gama de acontecimientos que se tratan fuera del marco, subordinados de esta particular manera a los que han sido definidos como la acción principal” (2006: 209).

A la actividad fuera del marco de referencia, Goffman la denomina *extramarco*, que permite definir de forma más precisa su gran importancia y el lugar de participación en la actividad de los involucrados. En el momento del acontecimiento –actividad–, en lo que Goffman indica que es la “interacción social ordinaria”, existen destinatarios o receptores del comportamiento del otro, quienes hacen exteriorizar su posición sobre la propia acción, aunque no se les permita actuar, manifiestan su actitud y posición hacia el acontecimiento.

“Siempre que el individuo participa en una actividad, se le ubicará respecto a ella, lo cual implica exponer una determinada gama de esa actividad a un testimonio directo y, al mismo tiempo, una ocasión para observar directamente dicha gama de actividad (...) Encontrará barreras para la percepción, una especie de frontera de lo evidenciable (*evidential boundary*). Todo lo que está más allá de este límite se le ocultará. Al igual que puede pensarse en una actividad que permite desatender los acontecimientos y los indicadores direccionales, también se puede pensar en una actividad que aporte la posibilidad de ocultación, abarcadora del conjunto de cosas que pueden ocurrir más allá de la frontera de lo evidenciable de sus participantes. Téngase

en cuenta que los indicadores direccionales y la comunicación sobrepuesta se tratan como si fueran un extramarco; lo que está más allá del límite de lo evidenciable está realmente fuera del marco, al menos como estímulo perceptible” (Goffman, 2006: 224).

Los canales extramarco permiten, además, una ampliación de la capacidad inicial que presentaba el marco de referencia, al proporcionar flexibilidad y por lo tanto que la actividad se registre de forma simultánea en diferentes canales.

El principal exponente de la teoría del *framing* destaca el concepto de marco de la actividad, el cual señala que los “marcos de referencia no son sólo algo mental, sino que corresponden en cierto sentido a la manera como se organiza un aspecto de la propia actividad, en especial la actividad que afecta directamente a los agentes sociales. Se proponen ciertas premisas organizativas, siendo éstas algo a lo que en cierta medida llega el conocimiento, y no algo que el conocimiento crea o genera. Los individuos, con esta comprensión de lo que sucede, acomodan sus acciones a esta comprensión y normalmente que el mundo en curso apoya esa acomodación. A estas premisas organizativas –apoyadas tanto en la mente como en la actividad– las llamo *marcos de la actividad*” (Goffman, 2006: 257).

Goffman explica la construcción de la realidad por parte de los individuos a partir de los marcos de referencia: “El marco señala la clase diferente de realidad de lo que está dentro y de lo que está fuera; pero un marco espacial y temporal también señala la clase especial de realidad de una sesión psicoanalítica” (2006: 263).

“La cuestión de cómo se integra en el flujo de la realidad una actividad enmarcada parece estar estrechamente vinculada con otras dos, a saber, de qué modo puede cambiarse de clave una actividad y (especialmente) de qué modo puede ser fabricada. El propio William James nos da motivo para investigar en esta dirección. Cuando James preguntaba ‘¿Bajo qué circunstancia pensamos que las cosas son reales?’ presumía que de alguna manera la realidad en sí misma no era suficiente y que, en vez de esto, lo que realmente contaba eran los principios de convicción. Sea lo que sea que genera la certeza, es precisamente aquello que será utilizado por los que quieran inducirnos a error. Porque, sin duda, aunque cierta evidencia sea mucho más difícil de falsear que otra y, por lo tanto, tenga un uso especial como prueba de lo que realmente sucede, cuanto más se apoye uno en ella por esta razón, más razón habrá para intentar falsearla. En cualquier caso, resulta que el estudio acerca de cómo descubrir el engaño es también por lo general el estudio de cómo construir fabricaciones. [...] Se puede conocer cómo se produce nuestro sentido de la realidad ordinaria examinando algo que

es fácil hacer consciente, a saber, cómo se falsea y/o cómo se fabrica la realidad” (Goffman, 2006: 260).

Otros dos conceptos explicados en *Frame Analysis, Los marcos de la experiencia*, son: “fórmulas de apariencias” y la “clarificación del marco” (Goffman, 2006: 352). En el primero de ellos “siempre que un individuo participa en un episodio²⁰ de actividad, se establece una distancia entre lo que se llama la persona, el individuo o el actuante, es decir, aquel que participa, y el rol, el oficio o la función concretos que desempeña durante esa participación” (Goffman, 2006: 279), que le permite establecer la “fórmula rol-persona” –la cual establece– que “la naturaleza de un determinado marco se vincula a la naturaleza de la fórmula rol-persona que sustenta. Nunca puede separarse una libertad total ni una obligatoriedad total entre el individuo y el rol. Pero independientemente del punto continuo en que se localice una determinada fórmula como tal expresará el sentido en que la actividad enmarcada se inserta en un mundo continuo” (Goffman 2006: 279 - 280).

Respecto a la clarificación del marco, apunta que es “cuando un individuo tiene dudas o se equivoca sobre lo que está sucediendo, normalmente se establece enseguida una interpretación correcta. En algunos casos él mismo se orientará prontamente hacia un examen de la situación para recabar información que resuelva la cuestión; y puede, desde luego, hacer preguntas directas en busca de la información. A menudo, los otros también ofrecerán explicaciones y otras intervenciones para que mantenga sus interpretaciones de manera estable y correcta [...] Cuando un individuo es enredado por otros o por sí mismo, su consiguiente posición errónea ante los hechos es probable que dure más que en el caso de simples desencuadres, a veces toda la vida [...] En todos estos casos, puede decirse que la relación del individuo con el marco se ha ‘clarificado’” (Goffman, 2006: 351).

La clarificación de un marco se genera a través de la información que recibe éste, la cual puede surgir por las más diversas fuentes. Se indica, además, que un individuo confuso o suspicaz por las ambigüedades e incongruencias “se orientará rápidamente hacia su entorno y mantendrá la vigilancia hasta que las cuestiones se clarifiquen, pidiendo a veces aclaraciones de hechos para resolver la cuestión” (Goffman, 2006: 352).

El sociólogo señala, además, en este punto que el fabricante del marco llega a “desbaratar intencionalmente el espectáculo en un momento estratégico [...] o

²⁰ La “construcción de episodios” permite el comienzo de una temporada (*run*) o serie de representaciones y su final.

inadvertidamente o porque sospecha que está a punto de ser sorprendido en algún aspecto de su acto y quiere preservar una apariencia de honestidad sin otro coste que un desenmascaramiento que, en cualquier caso, está a punto de producirse” (Goffman, 2006: 352).

Pero no solamente existe la clarificación del marco, Goffman también expone las “rupturas del marco”, que es cuando un individuo tiene una percepción precisa del marco y otro la tiene errónea, engañosa o ilusoria, por lo que actuará verbal y físicamente en sus percepciones. “Cuando un individuo rompe el marco, lo hace mediante una desorganización de su interacción o cambiando de clave. Se podría aducir que el individuo también podría modificar su comportamiento en un marco de referencia primario (ya sea transformado o no) para comportarse de un modo que supone un marco de referencia radicalmente diferente” (Goffman, 2006: 390).

Además de los conceptos antes señalados, que se van profundizando a lo largo de la obra *Frame Analysis, Los marcos de la experiencia*, de Erving Goffman, el autor destaca, de forma específica, que el marco “organiza algo más que el significado; organiza también la participación. Durante cualquier torrente de actividad, los participantes normalmente no sólo adquirirán un sentido de lo que está pasando, sino que también (en cierto grado) quedarán espontáneamente absorbidos, enganchados, cautivados” Goffman (2006: 359). Conceptualizaciones que permiten el desarrollo de las investigaciones sobre los movimientos sociales a partir de la teoría del *framing*.

Asimismo, ofrece un apartado para el análisis del marco conversacional, en el que explica y detalla que “los enunciados hablados ofrecen, por lo tanto, ejemplos de la mayoría de los encuadres considerados en este estudio: fabricaciones, cambios de clave, rupturas del marco, desencuadres y, desde luego, disputas sobre el marco” (Goffman, 2006: 514). Los estudios de los medios masivos de comunicación pueden ser abordados desde la teoría del *framing*, debido a que permite explicar de manera clara y precisa la forma en que los individuos reciben la información, la procesan y crean su realidad, al destacar algunos puntos y ocultar otros a través de la fabricación de marcos de referencia primarios, sus cambios, recambios, rupturas y disputas por los encuadres.

6.2.3. La teoría del *framing* en la sociología de los movimientos sociales

Una de las mayores aportaciones desde la teoría del *framing* se presenta a partir

de su aplicación en los movimientos sociales²¹. Entre los principales investigadores destacan: David Snow, Burke Rochford, Steven Worden, Robert Benford y Scott Hunt, quienes coinciden en que un *frame* o marco es un esquema de interpretación para las personas, que enfoca la atención de forma específica, la destaca y a la vez selecciona determinados aspectos de la realidad, lo cual permite dar una definición de la situación, principalmente en aquellas consideradas como problemáticas, como pueden ser las crisis y de forma particular las políticas.

Los citados autores llevan a cabo, además, la identificación y definición de los campos de identidad, que son tres: protagonistas, antagonistas y audiencias; actores que también se presentan en situaciones críticas con un rol relevante, principalmente los dos primeros. Los protagonistas buscan apoyos para solucionar la crisis y los antagonistas lo opuesto, perjudicar aún más al organismo afectado. Por lo que respecta a las audiencias, entre las que se encuentran los medios masivos de comunicación, tanto los protagonistas como los antagonistas buscarán sumarla a su causa y objetivos.

La aplicación de los estudios de los *frames* en los movimientos sociales de David Snow, Burke Rochford, Steven Worden, Robert Benford y Scott Hunt, al ser aplicados en situaciones de crisis, facilitan el análisis de los encuadres utilizados y la definición de los campos de identidad de los actores involucrados, entre ellos los *mass media*.

Los conceptos de *frame* y la estructura de éste, que son utilizados por los investigadores mencionados, subrayan que son tomados de Goffman, “para referirse a los ‘esquemas de interpretación’ que permiten a los individuos ‘ubicar, percibir, identificar y clasificar’ los acontecimientos ocurridos dentro de su espacio de vida y en el mundo en general. Al otorgar un significado a los eventos o acontecimientos, los marcos funcionan para organizar la experiencia y guiar la acción, sea individual o colectiva” (Snow, Rochford, Worden, y Benford, 2006: 32).

Snow, Rochford, Worden y Benford presentan, además, el concepto de “alineamiento de los marcos”, el cual es entendido como “un vínculo entre las orientaciones de los individuos y las orientaciones interpretativas de las organizaciones de movimientos sociales (OMS), de tal modo que un conjunto de intereses, valores y convicciones de los individuos sea congruente y complementario con las actividades, metas e ideologías de las OMS” (2006: 31). Los marcos de las personas deben ser

²¹ Para el presente apartado se hace uso, principalmente, de las aportaciones de: Snow y Benford (1992); Snow, Rochford, Worden, y Benford (2006); Snow y Benford (2006-1); (Snow y Benford (2006-2) y Hunt, Benford, y Snow (2006).

acordes con los marcos que son manejados por los movimientos sociales, para que se registre una empatía entre los *frames* de los primeros con los de las OMS.

Asimismo, los autores indican que “la premisa básica subyacente es que el alineamiento de marcos, de cualquier clase, es una condición necesaria para la participación, sin importar su naturaleza o intensidad, y que es, por lo general, un hecho de interacción constante” (Snow et al, 2006: 31).

En el alineamiento de los marcos se “identifican y desarrollan cuatro procesos de alineamiento de marcos: 1) el puente entre marcos (*frame bridging*), 2) la ampliación de marcos (*frame amplification*), 3) la extensión de marcos (*frame extension*) y 4) la transformación de marcos (*frame transformation*)” (Snow et al, 2006: 31).

6.2.3.1. Puente entre marcos (*frame bridging*)

De forma simple, los autores mencionados en el párrafo anterior indican que “por puente entre marcos entendemos la vinculación entre dos o más marcos, ideológicamente congruentes pero estructuralmente desconectados, que se refieren a un asunto o problema particular” (Snow et al, 2006: 41).

El o los puentes entre marcos se pueden entender como un nexo entre las organizaciones y “fondos comunes de sentimientos no movilizados” que pueden ser orientaciones o guías en las preferencias que tiene la opinión pública con las organizaciones de los movimientos sociales. Resulta importante que los fondos comunes de sentimientos, la acción colectiva, no tratan de influir ni en la conciencia ciudadana ni en la estructura del marco; sino que son “una conexión estructural con una organización de movilizaciones sociales ideológicamente isomorfas” (Snow et al, 2006: 41).

El puente entre los marcos se registra, principalmente, por la difusión de la información del movimiento a través de los más diversos medios de comunicación, tanto masivos como no masivos, como redes interpersonales e intergrupales, ya sea por el teléfono y/o el correo o por la expansión del propio movimiento; así como por los medios masivos de comunicación tradicionales y los de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Las evidencias, señalan los autores, son muy abundantes sobre el puente entre marcos en los movimientos sociales, los cuales han permitido una mayor movilización y ampliación de adeptos en éstos.

“Ejemplos bien conocidos incluyen causa Común, la Asociación Nacional del Rifle, los movimientos Pro-Vida y la Derecha Cristiana. En el caso de esta última, por

ejemplo, el puente entre marcos resultó crucial para su rápido crecimiento. Liebman (1983) reporta que en su primer año, la infraestructura de Mayoría Moral reunió más de 2.2 millones de dólares mediante campañas masivas de correo, las cuales, a su vez, aportaron los fondos para atraer a los religiosos conservadores en general y ponerlos en contacto con la red de la organización a través de amplias campañas en los medios masivos de comunicación” (Snow et al, 2006: 42).

A pesar de la actividad que generan los puentes en los marcos, por sí sola no es suficiente para explicar las diferentes participaciones de las personas, así como la captación de recursos económicos; pero con el uso de las nuevas tecnologías se ha facilitado considerablemente la creación de puentes entre marcos en la actualidad.

6.2.3.2. Ampliación de los marcos

El nivel de la ampliación de los marcos se refiere “a la clarificación y al fortalecimiento de un marco interpretativo relativo a un asunto, a un problema o a un conjunto de eventos particulares” (Snow et al, 2006: 45). El nivel de ampliación se puede presentar a partir de dos variedades: la amplificación del valor y la amplificación de la creencia, que permite el apoyo al movimiento y la participación en las actividades del movimiento.

En cuanto a la ampliación del valor, ésta se define como la tendencia a proteger o promover los valores que valen la pena, principalmente las formas de conducta o los estados de existencia; “la amplificación del valor se refiere a la identificación, la idealización y la exaltación de uno o más valores, los cuales, se supone, son fundamentales para los militantes probables” (Snow et al, 2006: 45). Respecto a la amplificación de la creencia, Bem indica: “son las creencias definidas en sentido amplio, se refieren a las relaciones supuestas, ‘entre dos objetos o entre un objeto y una característica del mismo’” (1970: 4). Mientras que los valores se refieren a las metas o estados de la realidad que los movimientos buscan realizar, las creencias pueden ser interpretadas como elementos que respaldan u obstaculizan cognitivamente la acción que se busca realizar mediante los valores deseados” (Snow et al, 2006: 47).

En la ampliación de los marcos, se explica que la acción dirigida hacia cualquier objeto depende de las creencias que se tienen acerca de ese objeto, por lo que Snow, Rochford, Worden y Benford explican que “se deduce que la participación en las actividades del movimiento, dirigidas a eliminar, a controlar o a transformar una categoría de individuos, un estilo de vida o una práctica institucional, será tanto más

probable si se da una articulación positiva entre las creencias acerca del objeto hacia el que se enfoca la acción y la naturaleza de esa acción [...] En consecuencia, la participación en la actividad del movimiento está condicionada frecuentemente por la amplificación o la transformación de uno o más de los conjuntos de creencias” (2006: 48).

Dentro de la amplificación, el valor de los marcos en los movimientos sociales hace referencia a temas de gran importancia, como la democracia, la igualdad, la libertad, la paz, la justicia, la cooperación, la preservación y la inviolabilidad de la vida humana, los cuales son constantemente resaltados y permiten sumar simpatizantes, obtener apoyos y llevar a cabo las movilizaciones. En tres diferentes campañas, Snow, Rochford, Worden y Benford (2006) encontraron los valores de la familia, etnicidad, propiedad y la integridad del vecindario, los cuales fueron resaltados e idealizados.

“Por ejemplo, en el caso de la generación de oposición vecinal a la intención de reubicar el refugio local del Ejército de Salvación destinado a la gente sin casa, los activistas de las OMS atraieron a los militantes probables sobre la base de valores asociados con la familia. La inminente reubicación del refugio fue descrita repetidamente, de manera impresionista, como una amenaza, en particular para las mujeres y los niños. Una vez que tales sentimientos fueron confirmados, amplificados y difundidos, la movilización periódica de los miembros del vecindario a fin de comprometerlos en otras actividades organizacionales, como, por ejemplo, la firma de peticiones, llevar carteles y participar en demostraciones de solidaridad vecinal en los medios, resultó considerablemente menos problemática” (Snow et al., 2006: 41).

6.2.3.3. La extensión de los marcos

Dentro de los movimientos sociales, los organizadores buscan de forma constante incrementar el número de afiliados o simpatizantes al movimiento, por lo cual los objetivos y actividades de las movilizaciones tratan de ser lo más cercano posible a los valores e intereses de la mayoría de las personas o por lo menos de los potenciales simpatizantes, para que se unan a la causa. Snow, Rochford, Worden y Benford comentan que regularmente las causas de las movilizaciones no llegan a ser especialmente importantes para los ciudadanos, por lo que es necesario “amplificar estos elementos cognitivos con el fin de esclarecer el nexo entre los intereses personales o grupales y el apoyo que se otorga a una OMS” (2006: 54).

En la amplificación de los marcos, los organizadores de los movimientos hacen

uso, de forma frecuente, de metas e intereses secundarios, los cuales regularmente no se encuentran asociados de forma directa y abierta con los primordiales del movimiento, pero les permite llegar a un mayor número de personas que simpatizarán y de esta manera ampliar los adeptos al movimiento. La presencia de esta variedad de alineamientos de marcos fue fácilmente identificada en los movimientos sociales. En el caso del movimiento por la paz, la extensión de marcos resultaba un lugar común. Los líderes del movimiento, frecuentemente, establecían metas y actividades con la finalidad de incluir intereses secundarios, asociados de manera poco clara con el movimiento, con la esperanza de ampliar su base de simpatizantes. La contratación de grupos de *rock and roll* y bandas *punk* para atraer individuos que, de otra manera, no mostraban el menor interés por los mítines en favor del desarme, así como la divulgación de literatura que explicaba la manera en que los recortes de presupuesto sacrificaban los servicios de una comunidad como resultado de una escalada en el presupuesto de defensa, son ilustrativos de esta práctica. (Snow et al, 2006: 55)

Los ejemplos sobre la extensión de los marcos que nos presentan los citados autores son amplios y permiten demostrar el uso constante de la extensión de marcos por los organizadores de los movimientos, para que en el proceso de alineamiento se sumen personajes de alto impacto, que propiciarán el aumento en el número de simpatizantes y la mayor captación de recursos. “El objetivo fundamental de estos primeros encuentros no era el de vender el movimiento o el de conseguir que los individuos se unieran, sino simplemente el de persuadir al candidato para que acudiera a una reunión o a alguna actividad del movimiento. Para tal fin, los miembros intentaban alinear los intereses del candidato con las metas, las prácticas o las actividades del movimiento. Esto lo hacían, en primer lugar, tratando de descubrir algo que fuera de interés para el candidato, y luego enfatizaban que este interés podría ser cubierto a alguna actividad o a algún recital de cánticos” (Snow et al, 2006: 57).

6.2.3.4. Transformación de marcos

El cuarto y último proceso de alineamiento de marcos es la transformación de éstos, que de igual manera que en los anteriores la principal finalidad es la de buscar un mayor número de adeptos para los movimientos, aunque la transformación se realiza, principalmente, cuando los marcos no son acordes con los valores, creencias, modos y estilos de vida de los individuos y la sociedad. Cuando los marcos son rechazados por las personas, los movimientos sociales no tendrán una aceptación en la ciudadanía, por

lo que se deberá transformar el marco o *frame*.

“Los programas, las causas y los valores promovidos por una OMS pueden no ser resonantes e, incluso, en ocasiones pueden parecer antitéticos con respecto a los estilos de vida o los rituales convencionales, así como con respecto a los marcos interpretativos existentes. Cuando así ocurre, puede ser que los nuevos valores tengan que ser sembrados y alimentados, puede ser que los significados o interpretaciones antiguas tengan que ser desechadas y, puede ser que las creencias erróneas o los enmarcados engañosos (*misframings*) tengan que ser enmarcados nuevamente” (Snow et al, 2006: 60).

Al *misframing*, Goffman lo denomina ambigüedad, y señala que “se trata más bien de esa duda que se puede llamar con propiedad, perplejidad, porque hay una cierta expectativa de que el mundo no debería ser opaco a este respecto. Ambigüedad que puede presentarse tanto en los marcos de referencia primaria también puede surgir respecto a la transformación, aunque en este caso sería más probable que habláramos de incertidumbre que de vaguedad” (2006: 314 – 317).

Respecto a la transformación del marco, Goffman lo define como cambio o transposición de claves o bajo el término de *keying*, con lo que pretende hacer una analogía musical. El sociólogo precisa la transposición de claves en cinco puntos:

1. “Supone una transformación sistemática a través de un material que ya posee sentido de acuerdo con un esquema de interpretación, y sin el cual la transposición de claves no tendría sentido;
2. Se espera de los participantes en la actividad que sepan y reconozcan abiertamente que se produce una alteración sistemática, que reconstituirá radicalmente lo que les está pasando;
3. Habrá indicadores para establecer cuándo va a comenzar y a acabar la transformación, es decir, corchetes en el tiempo, dentro del cual y al cual se va a limitar la transformación;
4. El paso de una clave a otra no se limita a los acontecimientos percibidos dentro de una determinada perspectiva y;
5. La transformación sistemática que introduce una determinada transposición de claves sólo puede alterar ligeramente la actividad así transformada, pero cambia por completo lo que un participante diría que está pasando. [...] La transformación de claves, pues, cuando se produce, desempeña un papel crucial para determinar lo que pensamos que realmente está sucediendo” (Goffman,

2006: 45-47).

A través del *keying* se busca un marco alternativo, lo que permite que un asunto, el cual ya poseía un significado preciso desde un marco primario, sea interpretado de forma totalmente diferente por los participantes. Snow, Rochford, Worden y Benford subrayan que “lo que cambia no son los contornos objetivos de la situación, sino más bien el modo en que la situación es definida y, en consecuencia, el modo en que es experimentada” (2006: 61).

Dentro de la transformación de marcos, los autores mencionados indican la existencia de la transformación de marcos interpretativos de dominio específico y transformación de marcos interpretativos globales. “El primero de ellos registra cambios autolimitados, por lo que un aspecto que antes se daba de forma natural es enmarcado como algo problemático y que necesita solución; o un aspecto que era visto como aceptable, una norma, es enmarcado como una injusticia, por lo que debe ser modificado. Ejemplo de ello son los movimientos que buscan transformar el estado de las mujeres, los niños, los ancianos, los minusválidos y los prisioneros; así como los cambios entre dos o más categorías de personas” (Snow et al, 2006: 63).

En la transformación de marcos interpretativos globales, “el alcance de la transformación se amplía considerablemente a medida que un nuevo marco primario gana preeminencia sobre otros, y a medida que llega a funcionar como una suerte de marco maestro que interpreta los eventos y las experiencias mediante una nueva clave” (Snow et al, 2006: 65), por lo que se registra una conversión completa.

La transformación de los marcos permite, principalmente, reducir la ambigüedad y la incertidumbre, así como disminuir la posibilidad de que se presenten marcos engañosos, errores de interpretación y disputas entre los marcos.

Snow, Rochford, Worden y Benford indican que para lograr la movilización de ciudadanos, en parte es necesario un alineamiento entre los marcos interpretativos de los individuos y los de las organizaciones de los movimientos sociales, para lo cual hacen uso de los cuatro procesos de alineamiento de forma equilibrada, “las razones por las cuales algunos movimientos surgen a la luz pública y otros no, las razones por las cuales algunos movimientos permanecen en la lucha por más tiempo que otros, y las razones por las cuales algunos movimientos obtienen un éxito más grande y duradero, no sólo tiene que ver con los cambios en las oportunidades y en la expansión y la apropiación de recursos sociales, sino que también tiene que ver con que el

alineamiento de marcos se haya producido y se haya mantenido exitosamente” (2006: 76).

Snow y Benford (2006-1) en su trabajo “Ideología, resonancia de marcos y movilización de participantes” presentan a los movimientos sociales como productores de significados dirigidos a los participantes, a los antagonistas y a los espectadores, acción que llevan a cabo junto con los medios masivos de comunicación y el Estado.

Para Snow y Benford el verbo enmarcar es la producción de significados por parte de los movimientos sociales, debido a que “ellos enmarcan, o sea, asignan un significado e interpretan los acontecimientos importantes y las condiciones con la intención de movilizar a los simpatizantes y a los militantes potenciales, para ganar el apoyo de los espectadores y desmovilizar a los antagonistas” (Snow y Benford, 2006-1: 85). Dentro de la investigación proponen la existencia de “tres tareas centrales del enmarcado: 1) el diagnóstico de algún acontecimiento o aspecto de la vida social como problemático y necesitado de modificación; 2) la presentación de una solución para el problema diagnosticado que especifique lo que se ha de hacer; y 3) un llamado a las armas, es decir, una motivación para comprometerse en la acción colectiva o de rehabilitación. Las tareas de enmarcado de diagnóstico y de pronóstico tienen como fin producir la movilización del consenso” (Snow y Benford, 2006-1: 87 - 88).

6.2.3.5. Enmarcado del diagnóstico

“El enmarcado del diagnóstico involucra la identificación de un problema y la atribución de la responsabilidad o de la culpa” (Snow y Benford, 2006: 88). Dentro de los movimientos sociales, de forma específica, se busca identificar el problema en consenso, lo que permite llevar a cabo la movilización de las personas. Asimismo, se busca un acuerdo en la atribución, el cual se logra, señalan, en menos ocasiones y es difícil de alcanzar dentro de la organización.

Sobre el particular, dentro de los cuatro factores que señalaba Donsbach (1995) como los que favorecen la publicación de una noticia (sorpresa, tematización, personalización y negativismo) cabe mencionar que en el enmarcado de diagnóstico podemos encontrar similitud entre identificación del problema como la tematización y la atribución de responsabilidad en el factor de personalización.

6.2.3.6. Enmarcado del pronóstico

Respecto al enmarcado del pronóstico es la búsqueda de soluciones al problema que se presenta y por el cual se llevan a cabo movilizaciones en los movimientos sociales, también es necesario tratar de identificar estrategias, tácticas y objetivos dentro de la OMS, lo que permitirá definir la organización global del movimiento social. Para Snow y Benford “es frecuente que exista una correspondencia directa entre el trabajo de enmarcado de diagnóstico y el trabajo de enmarcado de pronóstico” (2006-1: 90).

6.2.3.7. Enmarcado de motivos

El denominado llamado a las armas, el enmarcado de motivos, es fundamental debido a que la participación ciudadana en los movimientos sociales depende de la construcción de los marcos de motivo, los cuales actúan sobre las personas para que se sumen o no al movimiento social y participen de forma activa en las acciones por desarrollar por los organizadores. Lo que se pretende es que el significado de los marcos sea importante para la ciudadanía, que tenga valor y creencia en lo que se busca modificar.

“La elaboración de un llamamiento a las armas o, en otras palabras, de un motivo fundamental para entrar en acción que va más allá del diagnóstico y del pronóstico. Debido a que el acuerdo sobre las causas y las soluciones de un problema particular no producen automáticamente una acción correctiva, se deduce que la movilización del consenso no produce necesariamente la movilización de la acción. Así pues, la participación depende de la elaboración de marcos de motivo que desempeñan el papel de aguijonazos que incitan para entrar en acción” (Snow y Benford, 2006-1: 92).

Snow y Benford advierten que mientras más integrados estén los marcos de diagnóstico, pronóstico y de acción, “más grande será la probabilidad de pasar a la acción en cualquier tipo de causa que se trate”; pero en caso contrario, “los esfuerzos de enmarcado pueden sofocar inadvertidamente la acción, es cuando, tanto el diagnóstico como el pronóstico son enmarcados de tal manera que se vuelve superfluo el debate público y se socava la probabilidad de la participación de las masas [...] Enmarcar un tema cualquiera utilizando términos inaccesibles para todo el mundo, excepto para unos pocos iniciados, como ocurre por ejemplo con los temas enmarcados tecnológicamente, significa que los participantes potenciales queden reducidos al papel de espectadores y que, en esta medida, no convoque a la participación” (2006-1: 96).

Los enmarcados de diagnóstico, pronóstico y de motivo nos indican que la movilización del consenso es multidimensional y que una sola dimensión no garantiza la unanimidad del resto de las dimensiones. Destacan que “la movilización de la acción no provoca en automático la movilización del consenso y que por ello se requiere, a menudo, de la elaboración de marcos de motivos que sirvan como acicate para entrar en acción” (Snow y Benford, 2006-1: 96).

Dentro de su trabajo, Snow y Benford subrayan, también, que “cualquiera que sea la naturaleza de algún enmarcado particular, su atractivo, así como su capacidad de movilización, estos aspectos resultan influidos por diferentes clases de restricciones externas al enmarcado mismo. Una de estas limitaciones se relaciona con la estructura interna de la ideología o del sistema general de creencias utilizado por el movimiento para llevar a cabo algún tipo de alineamiento. Otra restricción se relaciona con el grado en que el trabajo de enmarcado resulta resonante para el mundo de su vida de los participantes potenciales” (2006-1: 96).

Ante tal circunstancia, retoman a Botheck y Curtis (1975) y Converse (1964), quienes sugieren la existencia de tres componentes centrales en dichos sistemas: 1) La centralidad o importancia jerárquica de algún elemento ideológico particular en relación con otros elementos semejantes dentro de la totalidad del sistema de creencias. 2) El alcance de los elementos ideológicos centrales, es decir, los dominios vitales que abarca; y 3) El grado de cohesión existente entre los diferentes elementos ideológicos del sistema de creencias.

Centralidad

Las personas cuentan con un sinnúmero de valores y creencias, los cuales además de estar ordenados jerárquicamente, manifiestan diferencias como la relativa a la intensidad del apego. Por ello, tanto los valores como las creencias del movimiento deben estar lo más cercanos posible –tanto jerárquicamente, como en apego– a las de las personas, lo que permitirá una mayor movilización. “Si los valores o creencias, que busca promover o defender el movimiento, tienen poca importancia en el sistema general de creencias, entonces su capacidad de movilización se ve debilitada considerablemente” (Snow y Benford, 2006-1: 99).

Alcance y cohesión

El alcance y la cohesión surgen de la estructura interna de los sistemas de creencias y le presentan problemas de enmarcado adicionales a los movimientos en el curso de sus campañas de movilización. Cuando un enmarcado solamente se articula en torno a un solo valor o una sola creencia, se corre el riesgo de que sea cuestionado, o, al menos, de que la importancia jerárquica del sistema general de creencias se vea disminuida. “Para hacer frente a este problema, así como para ampliar su militancia potencial, los movimientos pueden ampliar sus límites de su marco primario incorporando valores que, en principio, resultan secundarios para el logro de sus objetivos centrales” (Snow y Benford, 2006-1: 100).

Los autores indican que al ampliar los límites de los marcos se puede llegar a una extensión extrema del propio marco, lo cual afectaría al movimiento, debido a que a las personas no les interesaría el tema en cuestión. Otro riesgo en la extensión del marco que se produce al momento de las coaliciones por parte de diversos movimientos.

Otros factores que afectan el potencial de movilización de los enmarcados, los cuales se encuentran en el mundo de vida fenomenológico de las poblaciones que son el blanco de la movilización (Snow y Benford, 2006-1), son divididos en tres: 1) La credibilidad empírica; 2) La afinidad con la experiencia personal; y 3) La fidelidad narrativa.

La primera, la credibilidad empírica, que es la correspondencia entre el enmarcado y los acontecimientos que ocurren en el mundo, debe ser comprobable, verificable y contar con evidencias. De ser afirmativa la credibilidad empírica se puede generar una mayor movilización; en caso contrario, se registraría una desmovilización. Respecto a la afinidad con la experiencia personal, Snow y Benford señalan que “es un espacio en donde aparecen marcos que compiten entre sí [...] es quizá uno de los factores determinantes más importantes para explicar las diferencias, individuales e interculturales, en la capacidad de movilización de los diversos esfuerzos de enmarcado del movimiento por la paz” (Snow y Benford, 2006-1: 106), por lo que ante la existencia de una experiencia personal, se presentará una mayor empatía con el movimiento. Finalmente, la fidelidad narrativa se explica “por el grado en que los enmarcados ofrecidos se hacen eco de las narrativas culturales, es decir, de los relatos, de los mitos y de las historias populares que forman parte esencial de la herencia cultural de cada quien y que, por eso mismo, sirven para dar forma a los

acontecimientos y a las experiencias del presente inmediato [...] Para decirlo en otros términos, los enmarcados se vuelven inspiradores cuando hacen verdaderamente eco de las narrativas culturales existentes” (Snow y Benford, 2006-1: 106).

Snow y Benford consideran “que los movimientos sociales desempeñan el papel, al menos en parte, de agencias de significación, profundamente involucradas, a menudo junto con los medios masivos de comunicación, los gobiernos locales y el Estado, en lo que se ha denominado apropiadamente como ‘política de significación’. Definimos a esta labor de significación con el verbo enmarcar (*framing*) el cual designa un fenómeno activo, procesal, que implica la presencia de la agencia y de la controversia en el nivel de la construcción de la realidad. A estos productos de la actividad de enmarcados los llamamos marcos para la acción colectiva” (2006-2: 123).

De esta forma, los autores indican que un marco es “un esquema interpretativo que simplifica y consensa el ‘mundo que está ahí fuera’ puntuando y codificando selectivamente objetos, situaciones, acontecimientos, experiencias y secuencias de acciones en el pasado y presente de cada individuo” (Snow y Benford, 2006-2: 125). Además que los marcos tienen la función de modelos de atribución y de articulación.

Los marcos de referencia dentro de la función de puntuación tienen la capacidad de acentuar, destacar o exagerar un problema –acontecimientos– de forma específica, pero no todos los sucesos tienen esa posibilidad. También cuentan con la característica de generarse como modelos de atribución, en la cual los miembros del movimiento se responsabilizan del problema e identifican a los culpables de éste. La articulación permite a los organizadores de los movimientos “alineal un amplio conjunto de conocimientos y experiencias de tal forma que puedan colocarlos de una manera unificada y significativa” (Snow y Benford, 2006-2: 126).

En el capítulo “Marcos maestros y ciclos de protesta”, Snow y Benford presentan y conceptualizan al “marco maestro”, el cual indican que cumple las mismas funciones de los marcos interpretativos, de puntuación, atribución y articulación, pero con un mayor alcance. “Los marcos maestros son para los movimientos lo que los paradigmas son para las teorías más sofisticadas. Los marcos maestros son genéricos: los marcos interpretativos específicos, son derivados. Al concebirlos de esa manera, es posible decir que los marcos maestros desempeñan un papel análogo al de los códigos lingüísticos, proporcionando una gramática que puntúa y conecta de manera sintáctica pautas o sucesos que tienen lugar en el mundo” (2006-2: 127).

Pero a su vez, los investigadores dividen en dos a los marcos maestros: 1)

restringidos, y 2) elaborados. Los primeros se presentan en sistemas cognitivos cerrados, por lo cual tiende a ser difícil que dichos marcos maestros sean ampliados o extendidos. Los elaborados tienen un rango de ideas amplio, cuentan con una interpretación más flexible, son inclusivos, por lo que tienen la posibilidad de ser ampliados y extendidos, por lo que serán más atractivos.

Como resumen, estos autores indican que “los conceptos de marcos interpretativos y maestros ofrecen una base para comprender el proceso a través del cual se produce y se legitima la acción colectiva. Estas herramientas conceptuales permiten examinar empíricamente el proceso a través del cual los acontecimientos y las acciones llegan a ser definidas como deseables o indeseables, en lugar de considerarlas simplemente como objetos dados. Finalmente, este análisis sugiere que los procesos de producción de marcos interpretativos pueden desempeñar un papel muy importante para influir en las oportunidades políticas modificando el entorno político en general y la disponibilidad de recursos” (Snow y Benford, 2006-2: 149).

6.2.3.8. *Protagonistas, antagonistas y audiencias*

Un apartado de suma importancia dentro de los estudios de los movimientos sociales, al que no podemos dejar de referirnos, es la identificación de tres categorías de actores: 1) protagonista, 2) antagonista y 3) audiencia, denominados “campos de identidad”. “En primer lugar, existe un tipo de individuos y de colectivos que son identificados como protagonistas por su forma de promover o simpatizar con los valores, metas y prácticas de un movimiento social. En segundo lugar se encuentra otro conjunto de personas y colectivos que parecen estar unidos para oponerse a los esfuerzos de los protagonistas y que por lo tanto se identifican como los antagonistas. Finalmente, tenemos un tercer grupo de personas que son percibidas como audiencias en el sentido de que son neutrales o son observadores no comprometidos, aunque algunos de ellos puedan responder o informar de los acontecimientos que presencien” (Hunt et al, 2006: 157).

Los organizadores y actores involucrados en los movimientos sociales hacen uso de marcos maestros y marcos de referencia, los cuales permiten crear puentes, amplificarlos, transformarlos y, es además donde se realizan los respectivos enmarcados para establecer las identidades de los protagonistas, que son los que defienden el movimiento; de los antagonistas, aquellos que se oponen o están en contra del movimiento; y de las audiencias, las cuales que no forman parte de los protagonistas o

antagonistas, pero que pueden llegar a participar, transformándose en uno de los dos campos de identidad activos, e influir en el movimiento.

El campo de identidad de los protagonistas

“Los campos de identidad de los protagonistas consisten en una serie de significados atribuidos a la identidad de los individuos y grupos destinados a convertirse en los defensores de la causa del movimiento”. La identificación de los protagonistas se realiza a partir de los procesos de creación de los marcos de diagnóstico, de pronóstico y de motivación, ya que será a través de éstos que las personas se identificarán con el movimiento y llegan a formar parte de él” (Hunt et al, 2006: 166).

“Los actores de los movimientos sociales atribuyen determinadas características a individuos y grupos en los campos de identidad de los protagonistas. Al hacerlo, los miembros del movimiento interpretan las acciones individuales y colectivas como manifestaciones de ciertas predisposiciones morales, cognitivas, estratégicas y afectivas, y suelen señalar sus marcos de referencia como ‘evidencia’ de sus rasgos individuales o colectivos” (Hunt et al, 2006: 172).

El campo de identidad de los antagonistas

De la misma forma que con los protagonistas, también se generan campos de identidad para los antagonistas a través la generación de marcos, que permiten delimitar y definir a las personas o grupos que se oponen al movimiento; que no generan una empatía sino al contrario que llegan a denostar a la causa generando efectos negativos o desfavorables a la OMS.

La identificación y definición de los antagonistas permite a los organizadores de los movimientos identificar los puntos débiles y las fortalezas de sus contrincantes y, por ende, llevar a cabo acciones en beneficio de la causa abanderada.

“Los campos de identidad de los antagonistas consisten en una serie de ‘atribuciones de identidad’ (*identity attributions*) a individuos o grupos que se oponen al movimiento. Esas atribuciones incluyen las declaraciones sobre los contramovimientos, las organizaciones antimovimientos, instituciones hostiles, el sector del público con el que no se puede contar y algunos agentes de control social. Además, el movimiento construye toda una serie de identidades que se atribuyen a los líderes de movimientos contrarios, sus adversarios famosos y de base. También se hacen atribuciones de identidad personal y colectiva al resto de los seguidores de esos contramovimientos,

tales como los ‘peces gordos’, los ‘ejecutivos de salón’, las ‘élites culturales’, al igual que a una variedad de personas a las que se presenta como de causas ‘liberales’, ‘conservadoras’ o ‘radicales’” (Hunt et al, 2006: 174).

El campo de identidad de las audiencias

Las audiencias se caracterizan por no pertenecer a ninguno de los dos anteriores campos de identidad: protagonistas y antagonistas, pero son de importancia debido a que pueden tomar parte en el movimiento, tanto como apoyo o como rechazo a la causa, por lo que podría beneficiar o afectarlo. La identificación permite llevar a cabo acciones, como ampliación o transformación de marcos que sumen a las audiencias.

“El campo de identidad de la audiencia es el concepto que aplicamos a los conjuntos de atribuciones de identidad imputados a individuos y grupos presumiblemente imparciales o bien observadores no comprometidos, y que pueden reaccionar ante las actividades del movimiento, o informar sobre ellas a otros. Ese campo está integrado por las organizaciones afines al movimiento, los medios de comunicación, las élites de poder, los seguidores marginales, los simpatizantes y la gente de la calle. Una característica común de todas esas audiencias es que se les considera capaces de recibir favorablemente los mensajes de los protagonistas. La atribución de esa identidad, de audiencia, supone a su vez la creación de nuevos marcos que asignan el rol de observador a ciertos individuos y grupos” (Hunt et al, 2006: 177).

Las estrategias y tácticas se llevarán a cabo por ambos grupos, lo que permitirá atraer a las audiencias aún no definidas tanto por los protagonistas como por los antagonistas y esto desembocará en la suma de adeptos y en el fortalecimiento de la causa en el primer caso, y en un debilitamiento en el segundo.

Hunt, Benford y Snow (2006) analizan, además, el proceso de atribución de identidades a personas ajenas al movimiento, el cual registra por lo menos cuatro formas de enmarcar las atribuciones de identidad: 1) Interpretar las atribuciones como algo incorrecto; 2) Presentarlas con algo que potencie el “reconocimiento de la identidad”; 3) Interpretarlas como malentendidos derivados de las imágenes distorsionadas por las OMS y sus seguidores; y 4) Destacar sus caracterizaciones de las verdaderas identidades de éste que no llegaron a consolidarse.

En sus estudios de las acciones sociales, Gamson (1989) encontró tres dimensiones principales: un componente de injusticia, que identifica el daño producido por los actores; un componente de agencia, que entiende que es posible cambiar las

condiciones a través de la acción colectiva; y un componente de identidad, que supone la identificación de un adversario específico. Este uso de los *frames* de las acciones colectivas por parte de las organizaciones sociales incrementa su atracción hacia otras actividades y potenciales simpatizantes con los objetivos de dichas organizaciones.

Dentro de los medios masivos de comunicación, Lawson resalta que en la cobertura mediática que éstos hacen, el Estado “generalmente desalienta la movilización cívica, oculta escándalos potenciales, y favorece a la clase política en las campañas electorales” (Lawson, 2002: 8), principalmente a través de encuadres.

6.2.4. El *frame* y *framing* en los medios masivos de comunicación

El frame en los medios

Sábada (2008) apunta que en 1955 Bateson acuñó el concepto de *frame* y lo definió como un contexto o marco de interpretación en el cual la gente se detiene en unos aspectos de la realidad y desestima otros. Lo ejemplificaba como el marco que delimita al lienzo de pintura que se encuentra en su interior y permite una diferenciación con la pared. Bateson, señala Sábada, intenta dar respuesta a la comprensión del fenómeno comunicativo, donde es necesario referirse a un marco para comprender el mensaje. Asimismo, explica que el *frame* para Goffman es tanto un marco como un esquema. Un marco que designa el contexto de la realidad y un esquema o estructura mental que incorpora los datos externos objetivos (Sábada, 2008).

Bateson demostró que para entender un acto comunicativo se precisa la referencia a un metamensaje sobre lo que está sucediendo, es decir, el marco de interpretación que se aplica a ese acto. El término “marco” se usa para referirse a los mensajes que definen las intenciones de comunicación en el sentido en el que el marco de un cuadro delimita el cuadro que está dentro de él y permite distinguir el cuadro de la pared de que le rodea. De esta forma, la experiencia está sujeta a (re)organización y (re)enmarcamiento de acuerdo con diferentes intereses y puntos de vista, y esto puede crear trastornos en nuestra percepción de “lo que sucede” (Rivas, 1998: 182).

La tesis de Goffman se basa en que la gente tiene “marcos referencia” que son “básicos para la comprensión y explicación del sentido de los acontecimientos”. A estos marcos de referencia les da el nombre de “marcos primarios” (*primary frameworks*) y resalta que “funcionan como esquemas interpretativos permitiendo al individuo

reconocer un evento y dar sentido a cualquier sinsentido de una escena” (Goffman, 2006: 26).

De la misma forma, puntualiza una distinción de los marcos primarios en dos clases: marcos “naturales” y marcos “sociales”, mencionados en párrafos anteriores. Los primeros son los “sucesos que no son dirigidos, orientados, animados ni guiados”, a los cuales los denomina “puramente físicos”, en los que no existe “interferencia deliberada, causal ni intencional” y les da el nombre de “acontecimiento”. Respecto a los segundos, Goffman establece que “proporcionan una base de entendimiento de los acontecimientos que incorporan la voluntad, el objetivo y el esfuerzo de control de una inteligencia, de una agencia viva” (2006: 25), por lo que se trata de “hechos”, no de meros acontecimientos, para hacer una distinción, pues ambos son acontecimientos, unos sin intervención y los otros con interferencia.

Además de la distinción de los marcos en dos clases: naturales y sociales, Sábada agrega dos niveles de marcos: el individual y el social. “Una misma realidad adquiere significaciones particulares para quienes la observan, pero también existe un significado común entre ellas. Siempre que un individuo enmarca una situación, lo hace utilizando esquemas. La organización de la experiencia pasa así por marcos sociales y esquemas mentales, fusionados en los *frames*” (2008: 23 - 24).

En tanto George Lakoff establece, al igual que Goffman, que “los marcos son estructuras mentales que conforman nuestro modo de ver el mundo. Como consecuencia de ello, conforman las metas que nos proponemos, los planes que hacemos, nuestra manera de actuar y aquello que cuenta como el resultado bueno o malo de nuestras acciones” (2007: 18). O como indica Sábada, “los marcos, de este modo no pasan de ser elementos que la psique coloca en la interpretación de los acontecimientos. La mente humana o la animal recurre a los marcos para establecer sus pautas de conducta” (2008: 23).

De esta forma, el concepto fundamental del sociólogo canadiense es que a partir de los marcos de referencia primarios que cada persona tiene, podrá interpretar, simplificar y/o dotar de sentido a lo que acontece en su vida, en otras palabras, establecer la realidad en la que se encuentra inmerso, para lo cual lleva a cabo un proceso de enmarcado²² (*framing*²³ *process*) de las situaciones, hechos, actos, etcétera, a los que se enfrenta.

22 La palabra “enmarcar”, sinónimo de encuadrar, en el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española se define como: 1. tr. Encerrar en un marco o cuadro. 2. tr. Encajar, ajustar algo dentro de otra cosa. 3. tr. Determinar los

De forma específica, Takeshita (1997) establece que la palabra *frame* significa que es la perspectiva que una persona aplica para definir un hecho o problema y que la palabra *framing* significa el acto de definir un *frame*.

Los marcos de referencia permiten a los individuos comprender las situaciones, personas, seres, objetos que se presentan en su entorno, para lo cual los individuos realizan procesos de enmarcados a partir, principalmente, de los conocimientos previos, experiencias, acontecimientos que se han presentado a lo largo de la vida, y que permiten dar un sentido. Al respecto, Lakoff comenta que “los conceptos no son cosas que puedan cambiarse simplemente porque alguien nos cuente un hecho. Los hechos se nos pueden mostrar, pero, para que nosotros podamos darles sentido, tienen que encajar con lo que está ya en las sinapsis del cerebro. De lo contrario, los hechos entran y salen inmediatamente. No se los oye, o no se los acepta como hechos, o nos confunden” (2007: 40).

El lingüista norteamericano ejemplifica el enmarcamiento con la palabra “elefante”, la cual evoca un marco, que es de conocimiento previo, aunque no se tenga de forma física en ese momento. La evocación será imaginaria y establecemos de inmediato a los elefantes como: “grandes, tienen orejas que cuelgan, y una trompa; se les asocia con el circo, etc. La palabra se define en relación con ese marco. Cuando negamos un marco, evocamos el marco” (Lakoff, 2007: 6). De igual manera lo hacemos con las demás palabras, las cuales de la misma forma nos remiten a marcos ya preestablecidos, por lo tanto conceptualizamos a través de los marcos y el enmarcado que hemos aprendido a lo largo de nuestra vida.

La experiencia y conformación de marcos y su posterior utilización en el enmarcar de los individuos permiten un entendimiento más rápido de lo que se nos presenta, “normalmente, para tratar cuestiones convencionales, resulta práctico desarrollar los conceptos y los temas que en una cierta secuencia lógica: nada de lo que viene antes depende de algo que vendrá después y es de esperar que los términos desarrollados en un momento determinado se usen realmente para algo que aparecerá más tarde” (Goffman, 2006: 11). Asimismo, Chihu explica de igual manera que “un marco de referencia es un esquema interpretativo que simplifica y condensa el mundo

límites de algo, incluyéndolo en un esquema u organización. 4. tr. Distribuir a las personas conforme a un esquema de organización determinado, para que participen en una actividad política, militar, sindical, etc. U. t. c. prnl. 5. tr. Cinem. y TV. Delimitar apropiadamente una escena mediante el objetivo de una cámara.

23 Como verbo, en la conjugación de forma no personal como gerundio, *frame* o en este caso *framing*, el diccionario de Oxford establece: 1 place (a picture or photograph) in a frame. 2 surround so as to create a sharp or attractive image. 3 formulate or construct. 4 informal produce false incriminating evidence against (an innocent person).

exterior al señalar y codificar selectivamente los objetos, situaciones, acontecimientos, experiencias y las acciones que se han producido en el entorno presente o pasado de cada individuo” (2006: 163).

El evocar un marco y por ende realizar su respectivo enmarcamiento, como se señaló, simplifica y condesa el mundo, algo que según Lakoff realizan los individuos de forma inconsciente: “los marcos de referencia no pueden verse ni oírse. Forman parte de lo que los científicos cognitivos llaman el ‘inconsciente cognitivo’, estructuras de nuestro cerebro a las que no podemos acceder concientemente, pero que conocemos por sus consecuencias: nuestro modo de razonar y lo que entiende por sentido común. También conocemos los marcos a través del lenguaje. Todas las palabras se definen en relación a los marcos conceptuales. Cuando se oye una palabra, se activa el cerebro su marco (o su colección de marcos)” (2007: 18). Para Goffman (2006) en la medida en que los marcos sean comunes a una sociedad, existirá una mayor integración social.

Al hacer uso de los marcos de referencia primarios en las vivencias de los individuos puede ocurrir que en el momento de aplicarse sufran modificaciones para poder acoplarse a las nuevas circunstancias. Esto es denominado por Goffman *keyings* o modulaciones, como se indicó en párrafos anteriores. “La clave (*key*) me refiero aquí al conjunto de convenciones mediante las que una actividad dada, dotada ya de sentido en términos de cierto marco de referencia primario, se transforma en algo pautado sobre esta actividad, pero considerado por los participantes como algo muy diferente. Al proceso de transcripción puede denominárselo cambio o transposición de claves (*keyings*). La transposición de claves, pues, cuando se produce, desempeña un papel crucial para determinar lo que pensamos que realmente está sucediendo” (Goffman 2006: 47).

Al respecto, Chihu dice que las modulaciones son aquellas “mediante las cuales una actividad seria es tomada como modelo para producir otro tipo de actividad que aunque es similar, su finalidad es completamente diferente a la actividad que toma como modelo” (2006: 15). O en palabras de Sábada, “el *keying* o la modulación sería un proceso de transcripción donde los marcos primarios constituyen la base que contiene aspectos ya significativos, gracias a la cual se puede avanzar en el proceso de dar sentido a los hechos con nuevas interpretaciones. Un mismo acontecimiento puede así entrar a formar parte de distintos sistemas explicativos” (2008: 25).

En cuanto al proceso de transposición, Goffman indica que la alteración de claves puede registrar una “retransposición” o “*rekeying*”, la cual “opera no sólo sobre

algo definido en términos de un marco de referencia primario, sino más bien sobre una transposición de claves de estas definiciones. El marco primario debe de seguir estando presente; de lo contrario, no habría contenido que retransponer; pero es la transposición de claves de ese marco de referencia el material que se transpone” (2006: 87).

De esta forma podemos establecer que a través de los marcos o *frames* los individuos conceptualizan los sucesos que sirven para dar sentido e interpretar los acontecimientos, así como organizar su mundo. Para ello, es necesario realizar un proceso de enmarcado *–framing process–*; pero en algunas ocasiones o en eventos principalmente los nuevos es necesario llevar a cabo una transposición o modulación *–keying–* y hasta retransposición *–rekeying–* de los marcos de referencia primarios que se tienen, lo que permite actualizar o acoplar el suceso para a su vez determinar lo que se piensa o está sucediendo y actuar en consecuencia, pero siempre a través de un marco de referencia primario.

En cuanto a los medios de comunicación, Gamson señala que los *frames* sirven como “faros”, puesto que “los hechos toman su significado al ser enmarcados de alguna manera. Algunos hechos son iluminados por determinados *frames* y son ignorados o descontados por otros” (Gamson, 1989: 158). Además de los hechos, también “los medios tienden a destacar u oscurecer a las figuras públicas, de modo que hay quienes siempre aparecen en determinados temas” (Sábada, 2008: 37).

Asimismo, Sábada comenta que “los medios no están reflejando una realidad pasivamente, sino que son parte de una realidad social a la que contribuyen con sus propios marcos. Los medios son tremendamente exitosos en decirnos sobre qué pensar. Una atención mayor al segundo nivel, el de los atributos, sugiere también que los medios nos dicen cómo pensar sobre determinadas cosas. Es aquí donde *agenda setting* y *framing* comparten un mismo campo” (2008: 58-59).

De forma particular, en los medios masivos de comunicación la teoría del *framing* tiene similitudes con la teoría de la *agenda setting* en su segundo nivel. Cuando los medios señalan cómo se debe pensar o establecen los atributos en lo que nos presentan, lo realiza, en muchas de las ocasiones, a través de encuadres, lo que permite a las audiencias la comprensión, creación o generación de significados.

A través de la significación o estereotipamiento los medios masivos de comunicación constantemente realizan acciones de enmarcado para dar sentido a lo que presentan y así facilitar la interpretación a sus consumidores sobre la información que es

publicada y permitir una conceptualización de las personas, situaciones, temas, etc., que llega a ser la realidad de los sujetos.

El framing en los medios

El *framing* se entiende como aquellos aspectos con los que son cargados los temas, los cuales buscarán proporcionar una visión determinada sobre la cuestión a la que se hace referencia. El *framing* o encuadres “con los que una cuestión aparece en los medios pueden influir en los conocimientos, actitudes e incluso comportamiento de la audiencia respecto al tema” (Martín Llaguno, 2002. 83).

Las personas no solamente reciben la información sobre en qué pensar de una forma abrupta, sino que los medios de comunicación, además, les proporcionan una serie de aspectos que hacen más visibles los temas a los que se debe prestar atención; “la gente no sólo se forma una idea de determinados hechos, también recibe sutiles (aunque efectivos) mensajes sobre qué temas y personas son los más importantes” (McCombs y Luna Pla, 2003: 27).

Martín Llaguno (2002) registra la existencia de dos sentidos del *framing*, el primero de ellos como un mecanismo que tiene lugar durante la génesis de la agenda mediática, es decir, como el proceso de enfoque de la realidad que llevan a cabo las distintas instituciones del ecosistema informativo en distintos niveles (individual, intraorganizacional, e interorganizacional), que da como resultado el repertorio informativo; y el segundo como un mecanismo, que teniendo como origen la agenda en los medios, genera en los receptores unas consecuencias, es decir, como el proceso de enfoque de la realidad al que dan lugar los contenidos informativos.

Los análisis cuantitativos en los medios masivos de comunicación han permitido determinar la importancia que le dan los media a los temas que publican, en otras palabras la capacidad de establecer una jerarquización en la información que presentan a sus audiencias; acción que los *mass media* realizan de forma constante y permanente. En la prensa o medios impresos, la información que es conocida como a 8 columnas, es la de mayor importancia o relevancia para el medio y para sus lectores, en contraste con las notas que se publican en otros espacios como las páginas interiores. También el hecho de que vaya en página par o impar es muy importante, pues al ir en impar el impacto visual es mayor y lo mismo ocurre con el espacio, dependiendo de si es página completa, media o una cuarta, hablaremos de mayor o menor importancia. Otros factores que se presentan en los medios escritos y que dan una mayor relevancia son: la

presencia de imágenes como la fotografía y la infografía; la utilización de color, diseño, etc.; así como la editorialización²⁴ de la información, que es el espacio reservado por y para el medio de comunicación, en el que expone su o sus puntos de vista sobre acontecimientos que merecen una atención especial.

En el resto de medios masivos de comunicación (radio y televisión) ocurre lo mismo. A pesar de las posibles variaciones derivadas de sus propias características, también existe una serie de condicionantes que incrementan la relevancia de las informaciones. La información que se presenta en los resúmenes o *leeds*, el tiempo que se otorga, la *voz en off*, la presencia del reportero en el lugar de los hechos, la musicalización, los efectos sonoros o la propia editorialización y, de manera particular, en televisión la inserción de imagen, los subtítulos, las propias tomas o los efectos visuales.

Martín Llaguno (2002) determina que a través de la jerarquización –cuantitativa y cualitativa– de los problemas en sus agendas, las instituciones informativas dirigen selectivamente la atención de los ciudadanos y de los políticos hacia ciertos asuntos. Esta jerarquización que se realiza en los medios de comunicación se encuentra en todos los niveles dentro de las empresas periodísticas.

Teniendo en cuenta que, como en cualquier acción humana, existe una carga de subjetividad, determinar objetividad en periodismo presenta sus riesgos, desde el hecho de que todas las personas tienen visiones distintas de la realidad, según su formación, cultura, religión, posición social, lugar de nacimiento, educación, entorno, etcétera. Infinidad de factores que hacen que la realidad en sí sean las más diversas realidades para las personas, incluyendo a los trabajadores de los medios masivos de comunicación.

Respecto a los periodistas, éstos, de forma particular, presentan su propia jerarquización cuando redactan la información, todo ello con una carga de subjetividad, lo cual se refleja en la estructura de la nota informativa: la entrada, el cuerpo de la nota y el remate o salida. Este procedimiento de jerarquización de la información se presenta en el resto de los niveles del medio de comunicación, ya sea el jefe de redacción, subdirector, director y el dueño del medio. Todo aquel que tiene injerencia en la elaboración de un medio de comunicación, y, dependiendo de su nivel dentro de la

²⁴ Cuando se habla de editorialización se debe tener en cuenta al resto de los géneros periodísticos que se utilizan en los diferentes medios, no es lo mismo una información sin foto que con ésta o con una caricatura; lo mismo sucede cuando los temas son abordados por articulistas y el renombre de los propios colaboradores, etc.

empresa, tiene la posibilidad de proporcionar a la información una jerarquía a través de diversas variables cualitativas periodísticas, como es la página, el género periodístico, la posición, la sección informativa, etc.; pero, principalmente, si ésta es publicada o no en el medio.²⁵

Entman (1993) explica que el encuadre se presenta mediante palabras clave, metáforas, conceptos, símbolos e imágenes estereotipadas destacadas en la narrativa de las noticias. Martín Llaguno (2002) señala que el concepto se centra en el mensaje informativo y hace alusión a las características de las noticias, a los elementos o marcos que aparecen en la construcción mediática de la realidad.

La función de encuadrar la información no es exclusiva de los medios o de quienes trabajan en éstos, sino de todos los involucrados en la generación de la información, que, como hemos mencionado en los párrafos anteriores, se encuentran inmersos en la búsqueda de implantar sus atributos, lo que crea una batalla por establecer los atributos que se presentarán en la información. Los propios actores o generadores de la información tienen la posibilidad de establecer las características o propiedades que más les convienen, que pueden ser positivas, negativas o neutrales a partir del rol que juegan: protagonista, antagonista o audiencia.

Esta lucha por la presentación de los atributos de la información es constante. Todas las partes involucradas y que tienen una competencia tratan de establecer sus adjetivos, como es el caso del gobierno, el partido gobernante y los partidos de oposición. Pero esta batalla se acentúa aún más en situaciones de enfrentamientos, como son los procesos electorales; el establecimiento de productos de características similares; y las situaciones de crisis, en donde una buena o mala imagen de la organización puede provocar beneficios o graves consecuencias. Autores, como Gans (1997), Gitlin (1980), Rachlin (1989) y Entman (1993), han concluido que los *frames* o encuadres son ejercicios de poder.

En efecto, los profesionales de la información son víctimas de los encuadres de los asuntos que hacen sus propias fuentes de información. Los promotores de una noticia tienen sus propias definiciones de las cuestiones, y cuando proporcionan declaraciones a los medios generalmente pretenden que éstos transmitan a los lectores dichas composiciones de lugar sobre el problema. Los encuadres con los que una cuestión aparece en los medios pueden influir en los conocimientos, actitudes e incluso

²⁵ A esta acción también se le conoce como *gatekeeper* o guardabarreras, pero este acto de *gatekeeper* no sólo se presenta en el interior del medio de comunicación.

comportamientos de la audiencia respecto al tema. Y este influjo sobre ciudadanos y políticos es, al fin y al cabo, un ejercicio de poder. Los involucrados dentro de la formación de la información hacen uso de su poder, como el económico o político, para influir en la forma última en que se presentará la información a la ciudadanía.

Los medios de comunicación establecen una carga de atributos en la información que publican y que es recibida por las audiencias, pero éstos no se encuentran en la indefensión total, cuentan con mecanismos de defensa, como ocurre en los medios escritos al tener, el consumidor, la posibilidad de adquirir el medio más acorde con su ideología o en los medios audiovisuales escogiendo el canal de televisión o la frecuencia de radio más afín para sí mismo. Esta posibilidad de elegir, sólo se da en países democráticos, donde, además, cuentan con otras fuentes de información que les permite definir una situación con sus propios encuadres y no exclusivamente con los de los medios masivos de comunicación.

Un ejemplo de ello es el estudio sobre la vivienda para gente de bajos recursos, de Mutz y Soss (1997), quienes demostraron que los medios de comunicación prácticamente no afectan la opinión personal sobre ese tema, pero sí la percepción que cada uno tiene de lo que supone que los otros miembros de la comunidad consideran prominente. Otra investigación que presenta pruebas es el trabajo de Iyengar y Kinder (1993) sobre el encuadre, que sugiere que los contenidos noticiosos que describen problemas sociales en episodios (en términos específicos), en comparación con los que los describen por tema (en términos amplios), producen una interpretación distinta de las causas de esos problemas sociales. Cuando son descritos en episodios, la gente tiende a culpar a algún individuo, y cuando se describen por tema, la gente tiende a culpar a factores sistémicos más amplios.

6.2.5. El *priming*

El concepto de *priming*²⁶ en comunicación se centra, principalmente, en el espacio cognitivo que generan los medios de comunicación, los cuales al presentar la información de una forma acumulada, omnipresente y constante, –que se relaciona de manera directa con el concepto de *framing*– crean funciones cognitivas. En este caso, el *priming* lo hace a través de disparos sobre el tema, en qué y cómo pensar. El término

²⁶ El término *priming* proviene del producto que utiliza los pintores al preparar la base por trabajar, dentro de la pintura automotriz. Antes de aplicar la pintura final, el color del vehículo, se aplica una capa de *priming* –nombre del producto en México y en Estados Unidos–; esta misma acción se realiza, como ejemplifica Martín Llaguno, en la preparación del lienzo del pintor –artista–, quien aplica una película de *priming* a la tela antes de trabajar en ella, con lo que obtendrá un buen resultado.

priming ha sido definido ampliamente por Fiske y Taylor (1984) como los efectos de un contexto anterior sobre la interpretación y reconstitución de la información y, más minuciosamente, por Iyengar y Kinder (1993), como cambios en las normas utilizadas por el público para valorar a los líderes políticos.

El término *priming* tiene diversas traducciones al castellano, como es la de “impresión” establecida por Iyengar, S. y Kinder, D. (1993); la de “imprimación”, de Martín Llaguno (2002), y la de “preparación”, de McCombs y Luna Pla (2003), siendo esta última la que a nuestro juicio se aproxima más al significado que se le ha llegado a dar a partir de los diversos estudios del segundo nivel de la *agenda setting* o del *framing*.

El *priming* es la preparación que se pretende realizar a los individuos a través de la información que publican los medios masivos de comunicación, quienes buscan obtener ciertos resultados en las acciones que se llevaron a cabo o que se realizarán. “Del mismo modo que el artista prepara con los ingredientes necesarios el lienzo sobre el que ha de pintar, y la preparación de este lienzo condiciona el resultado final de su cuadro, la información que reciben los receptores va conformando un conjunto de conocimientos y actitudes previas que van a condicionar el procesamiento de nuevos mensajes” (Martín Llaguno, 2002: 79).

Ismael Crespo (2002) apunta que el *priming* dispara la jerarquización del tema, la importancia que se le está proporcionando, así como los atributos que se presentan en la publicación. El establecer aquellos temas que polarizan o se imponen en la campaña como más visibles para el debate político permite establecer el “efecto de primacía” perceptivo, que ha pasado a desempeñar un papel central en la percepción mediática.

Al igual que en el *framing*, el *priming* viene cargado con una serie de atributos, los cuales son dirigidos a las audiencias. La diferencia radica en que la información busca un fin predeterminado, se prepara al público para la colocación de un tema, para que éste sea prioritario y además contenga los adjetivos que se le incluyen, los cuales, posteriormente, influirán en la valoración de las audiencias. Iyengar y Kinder (1993) observan que las personas, al enjuiciar sobre un personaje público, no recurren a toda la información que poseen sobre él, sino a la más cercana o asequible en su memoria.

Martín Llaguno (2002) explica que *priming* indica que existe una acumulación de conceptos en el receptor, que surge un estímulo externo, y que, fruto de la combinación de ambas circunstancias, se produce una activación en la memoria sobre

las ideas más recientes que sirven como marco de interpretación de la nueva información que se presenta, pero que hace alusión a un mismo tema.

Los medios juegan un papel fundamental en el aspecto cognitivo de las personas sobre los temas y en la estimulación de los recuerdos, lo que facilita el establecimiento de temas y los atributos de éstos. El uso del *priming* también genera una disputa por su establecimiento. Los generadores de información con gran acceso a los medios de comunicación hacen uso del *priming* para cambiar de manera sutil la percepción que se tiene de un tema. En España, el estudio de *Opinión Pública. Los españoles y el referéndum de la OTAN* (1996) analiza la entrada a la Organización del Atlántico Norte por parte del país ibérico y demuestra el cambio de opinión de la sociedad, la cual en un principio rechazaba el establecimiento de bases militares, para posteriormente cambiar su decisión y aprobar en un referéndum el ingreso al organismo internacional y la instalación de las bases en territorio español.

McCombs y Luna Pla (2003) indican que el *priming* no es parte del proceso de la *agenda setting*, sino más bien una consecuencia de éste, como también lo explican Iyengar y Kinder: “en realidad, la preparación es una extensión del *agenda setting* y se dirige al impacto de la cobertura noticiosa en el peso atribuido a temas específicos a la hora de hacer juicios en materia política” (1993: 93). Al representar una transición entre el establecimiento de la agenda y la formación de actitudes y de opinión, la preparación es un ejemplo adicional de la convergencia del establecimiento de la agenda con otra tradición de investigación.

Cabe destacar que el *priming* busca relacionar un tema con otros muy similares que pueden provocar un reforzamiento en la percepción. Martín Llaguno (2002) destaca, en este punto, que cuando una persona oye, ve o lee un suceso a través de los medios, las ideas que tienen significados similares son activadas y, a su vez, estos pensamientos en movimiento pueden avivar otros conceptos relacionados semánticamente. En tanto Anderson y Bower (1974) destacan que el análisis del *priming* define la memoria como una colección de redes. Cada una de estas redes está formada por nodos que representan elementos sustantivos de pensamientos y sentimientos unidos a través de senderos asociativos. La fuerza de estas conexiones está presumiblemente determinada por una serie de factores, como la continuidad, la similitud y la relación semántica. Por tanto, el estímulo de un mensaje puede hacer que la activación de las ideas que priman se expanda a través de estos senderos a otros pensamientos relacionados semánticamente.

Similar al *framing*, el uso del *priming* se lleva a cabo en los más diversos temas, personas, objetos, productos, y los medios masivos de comunicación hacen uso de ello de forma constante y permanente. Publican en sus espacios los *issues* con atributos, que de la forma más sencilla se pueden definir en la ambivalencia positivo *versus* negativo, imprimación que se buscará establecer o plasmar en sus consumidores, lo que generaría una esterotipación favorable o desfavorable.

En México, un ejemplo de ello es el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y uno de sus fundadores, Andrés Manuel López Obrador, actualmente dirigente del partido Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), quien es visualizado, tiene un *priming*, negativo para un número amplio de la población mexicana. López Obrador y los partidos políticos PRD y Morena son presentados, por la mayoría de los medios, de forma constante y permanente con atributos negativos, al grado de tener el estereotipo de un político y partidos de la ala izquierda radical, belicosos, liosos, problemáticos, con graves divisiones en su interior e incapaces de gobernar; atributos desfavorables que son canalizados y establecidos en los consumidores de los *mass media*.

En el segundo nivel de la *agenda setting* se establece, a través de los medios, el cómo pensar. Es discutible el nivel de capacidad de influir de los medios en las percepciones que tienen los individuos y sus colectivos, pero no se puede poner en duda la existencia de su influencia. En muchas ocasiones son los medios de comunicación los que presentan y hasta imponen los temas y la forma de cómo hay que pensar sobre objetos, actos, productos, personas. Los elementos que son importantes para los medios de comunicación y que son publicados por éstos logran reflejarse en los que son las prioridades de las personas, siendo el axioma principal de la teoría de la *agenda setting* y que es utilizado por los grupos de poder para su beneficio particular.

La colocación de temas en la agenda mediática y el hecho de que sean retomados por los individuos provoca una reacción favorable para el que estableció el *issue*, siempre y cuando los atributos y características planteados sea a su favor y se publiquen de esa forma en los media. Semetko y Shoenbach (1994) apuntan que el simple hecho de mostrar a los políticos o a un partido con más frecuencia en los informativos influyó en las valoraciones del público.

La lucha por establecer la agenda por los diversos actores hace posible que no se registre una sola tendencia o el triunfo absoluto de una posición. La existencia de

diversos medios de comunicación con sus propias y diferentes líneas editoriales –e intereses– crea un equilibrio frágil en la balanza sobre la información que se presenta en la agenda mediática, debido a que en muchas ocasiones tiende a favor de una postura. Junto a ello, las propias defensas que tienen y generan los individuos y su forma de allegarse de otras posturas crean una débil armonía en los temas que son importantes y además la posibilidad de contar con más de una versión de los temas y sus atributos.

7. COMUNICACIÓN DE CRISIS

En los últimos tiempos, las crisis de los más diversos tipos se han incrementado considerablemente. Ese aumento que se da en todo el mundo se debe, sobre todo, a la intervención de los medios masivos de comunicación, los cuales proporcionan una mayor cobertura a aquellas situaciones de crisis o con atributos negativos para alguno de los actores involucrados.

El aumento en la cobertura mediática se debe, principalmente, a tres situaciones: al incremento del número de medios, canales y soportes, tanto escritos como electrónicos, que han diversificado ampliamente su oferta; al desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, las cuales han avanzado considerablemente en la capacidad que tienen al almacenar grandes cantidades de información, tanto en la movilidad (las TIC's de última generación tienen cada vez un menor tamaño y mayor portabilidad, lo que permite permanecer conectado o en contacto en casi cualquier lugar), como a la velocidad que permite el manejo de mayor información, como texto, audio y video; y a la disputa de los consumidores, en pocas palabras por el *rating*.

González Herrero (1998) destaca que desde los años noventa se ha registrado un incremento constante del número de crisis que han sido recogidas por los medios de comunicación, y este aumento considerable ha provocado a su vez el aumento de los estudios y de las acciones que se desarrollan para controlar o disminuir una situación crítica que es hecha pública por los medios masivos de comunicación; lo cual se realiza, principalmente, a través de la denominada comunicación de crisis, que es visualizada como el área encargada de buscar disminuir o de que se genere el menor daño a la organización en su imagen, primordialmente hacia el exterior.

La comunicación de crisis se ha convertido en un punto de apoyo fundamental para la estabilidad de la empresa ante cualquier imprevisto que pueda poner en riesgo a la organización y, como indica Luis Melnik, forma parte de la comunicación institucional, resaltando la importancia de la comunicación en cualquier organismo por la relevancia que tiene en la actualidad la imagen. “Durante décadas hemos despreciado las comunicaciones institucionales. Ahora las consideramos y comenzamos a tomar nuestra imagen con apego y cuidado. Pero nos falta ejercicio. Las empresas tienen

diversas imágenes que se van formando aunque no hagan nada por sus comunicaciones” (2007: 22).

Pero las situaciones de crisis no representan solamente un problema, un caso adverso o un daño irremediable para la institución, sino que diversos estudiosos del tema, como González (1998), Paniagua (2010), Farré (2004), Rodríguez (2004), Sánchez Calero (2004), Lledó (1993), Mitroff y Pearson (2002), Casero (2004) y Carreño (2002), indican que se dan las dos caras de una moneda, es decir, que una crisis puede representar tanto una oportunidad como un riesgo. En una situación de crisis la comunicación no debe ser considerada como un mecanismo periférico, de importancia secundaria, sino que debe ser vista como el de mayor relevancia.

Elizalde menciona que “una comunicación eficaz hará desaparecer el disenso público. Es decir, hará que aquellos agentes que tengan intenciones de manifestar su disenso públicamente se encuentren con pocos argumentos para aparecer en el escenario público. En segundo lugar, una comunicación eficaz mejorará la relación con los agentes neutrales y también con aquellos que no tienen mala fe. La comunicación, sistemáticamente planteada, es una herramienta efectiva para modificar la actitud negativa del público sin malas intenciones hacia usted, pero confundidos por la situación” (2004: 114).

La intervención de los *mass media* genera una mayor visibilidad de la situación adversa. Goffman señala atinadamente que “los acontecimientos pasajeros típicos o representativos no son noticiables, precisamente por esa razón; sólo los extraordinarios lo son, e incluso éstos están sujetos a la violencia editorial rutinariamente empleada por escritores amables. Nuestra comprensión del mundo precede a estos relatos, decidiendo cuáles seleccionarán los periodistas y cómo se encontrarán los seleccionados” (2006: 15). Esta posibilidad de que una situación adversa o de crisis pueda ser transformada en un punto favorable es consecuencia de la propia acción de los medios de comunicación, que son los que hacen pública la información. Sobre esta cuestión, Rojas indica:

“Quienes ven en las crisis solamente problemas, se olvidan de que también puede ser una fuente de oportunidades, que, por desgracia, sólo pueden surgir en estos difíciles momentos. La exposición pública gratuita a la que se ve sometida una empresa cuando está sufriendo una crisis no la volverá a obtener nunca. El público estará más pendiente de lo normal sobre lo que ocurra con una empresa mientras continúen los acontecimientos. En este sentido, si se gestiona bien una crisis, se tiene la oportunidad de atenuar el signo negativo de la cobertura mediática e, incluso, es posible lanzar

mensajes positivos sobre la empresa, sus productos y servicios. Esta oportunidad no tiene que verse en los últimos momentos de la crisis, cuando la atención a los acontecimientos esté decayendo y los mensajes se escuchen más bien como una reacción tardía y sospechosa por parte de la empresa. Sería deseable buscar la oportunidad desde los primeros momentos, aunque esto no es siempre posible e incluso desaconsejable en algunas veces” (2003: 1).

Las situaciones de crisis son inherentes a la propia organización, no existe institución que no registre situaciones de crisis²⁷, entendiendo a ésta como una situación fuera de lo ordinario en el organismo, que ve alterado su desarrollo cotidiano o normal, por lo que requiere una intervención extraordinaria que permita solucionar el problema que se presenta y que puede afectar, en diferentes niveles, al organismo en cuestión. En la actualidad, uno de los aspectos no tangibles de cualquier organismo es su imagen, es decir, la percepción que el público tiene de él.

González (1998), Lledó (1993), Mitroff y Pearson (2002), Lucas Marín y García Ruíz (2002), Casero (2004) (2008), Sánchez Calero (2006), Dobry (1998) y Fita (2000), coinciden en establecer que una crisis puede llegar a afectar gravemente a la institución en el momento que tenemos conocimiento e intervienen los medios de comunicación como difusores de la información. Los medios, al realizar acciones comunicativas para con su entorno o en los diversos auditorios del organismo, tienen conocimiento de la situación adversa y esto afectaría la imagen del organismo.

Las acciones que se emprenden para detener o contrarrestar la situación extraordinaria presentada con características negativas reciben el nombre de comunicación de crisis, debido a que, como se ha señalado, ésta afecta a la imagen o percepción que tiene su entorno, que, en la actualidad, es un aspecto fundamental dentro de las organizaciones. Los imprevistos, como sucede en todos los ámbitos de la vida, no sólo en las organizaciones, se pueden presentar en cualquier momento y ante una eventualidad las acciones por desarrollar, como las de comunicación, son de vital importancia por la información que se transmite, de la que va a depender el futuro de la empresa, institución u organización.

Como menciona Escat, “crisis: podría decirse que es aquel cambio o suceso que

²⁷ La Real Academia de la Lengua Española define a la crisis: 1. f. Cambio brusco en el curso de una enfermedad, ya sea para mejorarse, ya para agravarse el paciente. 2. f. Mutación importante en el desarrollo de otros procesos, ya de orden físico, ya históricos o espirituales. 3. f. Situación de un asunto o proceso cuando está en duda la continuación, modificación o cese. 4. f. Momento decisivo de un negocio grave y de consecuencias importantes. 5. f. Juicio que se hace de algo después de haberlo examinado cuidadosamente. 6. f. Escasez, carestía. 7. f. Situación dificultosa o complicada.

altera el ritmo habitual de la empresa y que puede afectar negativamente, de forma general, a su imagen y reputación pública y, de forma específica, a sus productos, clientes, empleados, prescriptores, etc.” (2010: 1). En los últimos años, la comunicación de crisis es una parte nodal dentro de las grandes organizaciones, a través de la comunicación institucional que se desarrolla en sus oficinas de prensa o comunicación. Hay infinidad de ejemplos en donde una buena comunicación de crisis ha logrado mantener a la empresa y salir adelante, pero, también los hay en los que la organización ha tenido grandes pérdidas económicas e incluso ha podido desaparecer. Una intervención a tiempo y con un plan de comunicación marcaría la diferencia entre salir airosos o no.

Uno de los primeros casos estudiados sobre la comunicación de crisis, como también se le llama a la propaganda destinada a responder a una situación crítica para una empresa, es el caso de Odwalla, un fabricante de jugos de fruta, acusado de haber provocado la muerte de un niño a raíz de la presencia de una bacteria común en el jugo en otoño de 1996. La empresa retiró rápidamente el producto y publicó una página web donde daba a conocer estudios de expertos y opiniones médicas. En dos días, más de 19,000 personas consultaron el sitio y la empresa fue felicitada por la transparencia de su proceder; aunque “la empresa tuvo que pagar 1.5 millones de dólares por la venta de productos de alimentación adulterados [...] la mayor cantidad pagada en un caso de daños por alimentación en la historia de la FDA” (Saura, 2005: 356). El caso de Odwalla fue estudiado por Juttelstand (2004) y Thomsen y Rawson (1998).

La presencia de los medios de comunicación y, por lo tanto, la publicación de las eventualidades de los organismos pueden registrar la pérdida de confianza en su entorno y dañar su imagen tanto interna como externamente, lo que finalmente repercutirá de manera negativa en los consumidores, trabajadores, accionistas, proveedores, etc., con las consiguientes pérdidas económicas. Como manifiesta Marín Calahorro, “cualquier momento crítico conlleva una carga emocional que obliga a la organización involucrada a gestionar las reacciones subjetivas de los afectados. De este modo, mediante el desarrollo del proceso comunicativo se busca controlar la valoración general de la esfera pública sobre la responsabilidad de la entidad en el problema que ha estallado y que ésta no perjudique su imagen” (2005: 206).

Los actos que suelen perjudicar la imagen de una organización repercuten en los objetivos de la empresa: ganancias económicas, ventas de productos, la cotización de las acciones en las bolsas de valores, captación de un mercado, etcétera. “Las recientes

crisis empresariales han demostrado una vez más que la imagen corporativa es uno de los activos más importantes en el valor de las compañías. Los acontecimientos que pueden causar un enorme daño en la reputación de las empresas pueden surgir de infinidad de variables de riesgo. Para atenuar los efectos negativos de estos eventos, los consultores de comunicación deben hacer que la cúpula directiva se comprometa con la preparación de las crisis desde el punto de vista de la información. Las crisis bien gestionadas pueden ser oportunidades para reposicionar una marca y fortalecerla” (Rojas Orduña, 2003: 1).

Hasta hace unos años, los estudios sobre situaciones de crisis eran principalmente sobre organizaciones o instituciones empresariales, pero la investigación se ha diversificado, debido a que las situaciones de carácter negativo se presentan en cualquier organismo. Sin embargo, no solamente las empresas, como se mencionó en párrafos anteriores, son susceptibles de registrar situaciones de crisis sino que cualquier organismo puede padecer adversidades o situaciones desfavorables que requieran una intervención extraordinaria dentro de su desempeño normal o usual.

Botta resalta que “la política de comunicación en la empresa moderna, ya sea pública, privada o semipública es, sobre todo, una política de gestión y depende de los niveles de organización y de dirección. Más allá de que la eficiencia de su sistema de comunicación y la calidad de sus comunicadores sea responsabilidad de todos, la calidad de las comunicaciones está en proporción directa con la adecuada toma de decisiones, independientemente del factor imagen que proyectan, por lo que interviene de forma directa la comunicación institucional” (1997: 119). O como subraya Miren Rodríguez, “el conflicto se origina por una mala gestión de la comunicación de los promotores que además se enfrentan a la habilidad del sector contestatario para manejar estratégicamente los medios y hacerse con la opinión pública” (2006: 48).

Asimismo, dentro del aspecto empresarial, se debe tener en cuenta que anteriormente existía poca o nula intromisión o mediación de los medios de comunicación en actos denominados crisis. También se registraba una escasa exteriorización de información por parte de las empresas ante una situación crítica, por lo que los generadores de opinión sobre ellas (consumidores, accionistas y demás grupos objetivos externos) al desconocer los problemas que se presentaban en las empresas no podían actuar de inmediato para contrarrestar el acontecimiento negativo.

Existía, pues, una desinformación en cuanto a la situación de crisis, tanto respecto de los implicados como de los medios de comunicación, con lo que, al no ser

pública, no permitiría la generación de opinión sobre la situación y la imagen de la empresa. Es necesario considerar, además, que la presencia ineludible de los medios masivos de comunicación en situaciones de crisis se debe a una competencia entre éstos por el *rating*, que, en última instancia, se traduce en un incremento de ganancias económicas, al ser una información llamativa y atractiva. Los medios de comunicación están siempre al acecho de este tipo de informaciones, porque las noticias sobre crisis venden mucho. Las características principales de una noticia en la actualidad son: sorpresa, tematización, personalización y negativismo, lo que permite una mayor captación de interés tanto de los formadores de los medios masivos de comunicación como del público (Donsbach, 1995: 32). O como lo establece Van Dijk: “La producción periodística puede encontrarse directamente influida por valores informativos fundamentales como la negatividad, lo inusual, lo inesperado, etcétera” (1990: 88).

La presencia de situaciones de crisis no solamente se registra en organizaciones empresariales sino que todo organismo compuesto por individuos tiende a ser susceptible de registrar eventos fuera de su normalidad que ponen en riesgo su estabilidad con el entorno donde se desenvuelve. De esta manera, se puede afirmar que los partidos políticos, por su propia naturaleza, están más dispuestos a situaciones críticas que posiblemente puedan dañar sus intereses o su imagen ante el electorado.

Carreño (2002) establece que una situación adversa suele contener sorpresa, especificidad, incertidumbre (en origen, alcances y desenlace), temporalidad y daño (en cuanto a imagen, reputación, productividad, eficiencia, posición, activos, etc.).

La comunicación de crisis es cada vez más importante porque los organismos implicados en éstas intentan tanto evitar un problema mayor como que los medios de comunicación no intervengan difundiendo la noticia con las características negativas. Por ello, podemos reconocer que la comunicación de crisis puede ser una oportunidad para obtener un beneficio, en lugar de crearse una situación adversa a la organización se buscará mejorar lo referente a la imagen y a la percepción. Marín Calahorra destaca al respecto que “las decisiones comunicativas juegan un papel fundamental no sólo a partir del estallido del problema, sino principalmente antes de que éste se llegue a dar, puesto que contribuyen a que la entidad tenga abonado el terreno de su credibilidad y su prestigio. Es precisamente en esos momentos difíciles cuando el capital de imagen se transforma en un activo importante ante el desgaste que, en esos casos, suele sufrir una entidad. Por lo tanto, la comunicación influirá en la percepción global que los públicos del entorno desarrollen sobre las acciones preventivas” (2005: 62-63).

Algunos de los autores que analizan las situaciones de crisis, como Mitroff y Pearson, (2002), González Herrero (1998), Fita (2000), Lledo (1993), y Lucas Marín y García Ruíz (2002), dividen de diferentes formas los acontecimientos de crisis o adversos que son abordados por los medios masivos de comunicación. Ante la diversidad de conceptos y, para homologar los trabajos, se retoman los cinco grandes apartados de Carlos Paniagua para las situaciones de crisis en el área empresarial, aunque pueden ser aplicados en otras áreas:

1. Personal: es el caso de las crisis originadas por muerte o daños físicos, por secuestros o por huelgas.
2. Producto: en lo que se refiere a su seguridad, a problemas surgidos durante su manipulación o por contaminación o intoxicación.
3. Proceso: aquí podrían incluirse las crisis por incendio o explosión, los desastres climáticos, errores operativos, daños por vandalismo o acciones violentas y los problemas medioambientales.
4. Seguridad: en este apartado cabe el chantaje o extorsión, sabotajes tanto a activos como a bancos de datos, y las amenazas de bomba.
5. Gestión: aquí se agruparían las fusiones y adquisiciones, diferentes operaciones financieras de gran calado, recesiones, malos resultados o reducciones de beneficios, acusaciones de gestión ineficaz o fraudulenta y los problemas con la Administración, desde inspecciones hasta homologaciones o prohibiciones. (Paniagua, 2003).

En la actualidad, la gran cantidad de crisis existentes hace imposible establecer una tipología completa de todas ellas pero Rojas Orduña (2003) establece algunas de las principales categorías que permite calificarlas como situaciones de crisis que son abordadas por los medios masivos de comunicación con una amplia cobertura y que, aunque tienen un denominador común como la gran carga de negatividad y la sorpresa, lo cierto es que pueden variar por diversas causas:

- Fenómenos naturales (inundaciones, terremotos, etc.)
- Crisis relacionadas con la salud y la alimentación (epidemias, intoxicaciones, etc.)
- Acontecimientos políticos y conflictos sociales (protestas violentas, conflictos políticos y comerciales, etc.)
- Accidentes (relacionados con el transporte, que afecten el medio ambiente,

incendios, derrames químicos, etc.)

- Eventos de origen criminal (secuestros, asesinatos, sabotajes, etc.)
- Asuntos jurídicos (de discriminación racial, de abuso sexual, plagios, etc.)
- Hechos de tipo económico (bancarrota, fraude, corrupción, etc.)
- Retirada de productos (defectos de fabricación, por utilizar sustancias prohibidas en su elaboración, etc.)
- Ataques informáticos (virus, entrada de hackers a sistemas, etc.) (Rojas Orduña, 2003)

Dentro del Master de Dirección en Comunicación que imparte la Universitat Politècnica de Catalunya, Matilla presenta algunos ejemplos de lo que puede ser una situación de crisis, en la cual destaca que es un acto comunicativo, por la presencia de los medios masivos de comunicación: “Adulteración de un producto, mal funcionamiento de los sistemas operativos de la organización, accidentes, desastres naturales, manifestaciones y conflictos populares, conflictos de opinión pública, escándalos financieros, escándalos sobre la vida privada de un directivo e investigaciones judiciales ...” (Matilla, 2005: 3)

7.1. COMUNICACIÓN DE Y EN CRISIS

Antes de iniciar el desarrollo de este apartado se considera pertinente dejar clara la diferencia entre comunicación de crisis y comunicación en crisis. La diferencia entre los conceptos “comunicación de crisis” y “comunicación en crisis” es que la primera se trata de una planeación del problema, que en la mayoría de las ocasiones puede ser evitable, se actúa con antelación. La segunda se trata fundamentalmente de las acciones que se desarrollan dentro de la crisis. Estas diferencias, que no son muy marcadas entre los dos conceptos, son muy discutibles, debido a que en ocasiones el problema puede ser controlado antes de que se le denomine verdaderamente crisis, que como se indicó es, principalmente, al momento de que se hace público e intervienen los medios masivos de comunicación.

Elizalde comenta que “desde el punto de vista cultural e histórico, quienes deben tratar con el periodismo en una empresa u organización definen e identifican la crisis sólo cuando ha aparecido o está por aparecer algo malo para su organización en los periódicos y noticieros. Estas personas suelen no considerar los procesos de producción de la crisis en un nivel latente o no manifiesto” (2004: 16).

González Herrero (1998) define a la crisis como una situación que amenaza los objetivos de la organización, altera la relación existente entre ésta y sus públicos, y precisa de una intervención extraordinaria por parte de los responsables del área de comunicación. Estamos ante una situación de riesgo que puede afectar tanto a los miembros como a personas y a organizaciones externas, impidiendo que se cumplan los objetivos de la organización —su misión— y dando lugar a posibles catástrofes. Una situación de crisis es siempre negativa, aunque se deba intentar hacer siempre una interpretación, lo más positiva posible, tratando de aprovechar las ventajas que la nueva realidad aporta.

Para Carlos Paniagua “es un hecho no controlado por sus órganos de gestión y que afecta de forma relevante y negativa a la empresa, a su imagen y a su desarrollo normal. Cuando aparece la crisis, la característica fundamental de una crisis es que el hecho provocador de la misma puede trascender y tener interés para la opinión pública, razón por la cual los medios de comunicación recaban información sobre el asunto” (2003: 10). Perrow (1984), para diferenciar de otros acontecimientos como incidente, accidente, amenaza, conflicto, define un incidente como la ruptura o fallo de un componente, unidad o subsistema de un sistema mayor. Por su parte, un accidente es un acontecimiento que afecta físicamente al funcionamiento de todo el sistema, bien sea éste una fábrica o una organización (González Herrero, 1998). Mitroff y Pearsons (2002) denominan conflicto a aquellas situaciones en que la estructura simbólica de la organización se ve alterada, pero no hasta el punto de que se pongan en entredicho sus valores fundamentales.

La comunicación de crisis y en crisis está íntimamente ligada a los medios de comunicación porque cuando se presenta en los medios se puede producir la movilización de la opinión pública. Elizalde lo expone diciendo que “la crisis es en esencia un problema que aparece en el nivel de realidad mediática. Su complejidad proviene de dos factores: en primer lugar, del hecho de que actúan personas, grupos y organizaciones completas sobre las que usted sólo puede influir de un modo indirecto y acerca de las que no sabe con precisión suficiente el modo en el que actuaran; segundo, las personas, grupos y organizaciones se especializan en buscar, producir y distribuir información en el escenario público, con lo cual, su problema será conocido por muchos otros agentes que pueden o no actuar (siempre está la posibilidad) motivados por la versión de la prensa” (2004: 126). O como lo señala Paniagua (2003) al establecer que basadas en la experiencia, la mayoría de las veces, la comunicación en crisis comienza

cuando se llama a un periodista. La empresa es capaz de vivir tan plácidamente con su crisis a cuestas, intentando encararla, solucionarla o disimularla, pero todo el panorama cambia cuando una secretaria anuncia que un medio ha llamado.

Cuando la crisis se hace pública por los medios masivos de comunicación y posteriormente se encuentra en la opinión pública genera diferentes reacciones, principalmente negativas o desfavorables. Paniagua (2003) asegura que cada cual tiene su correspondiente reacción: los accionistas manifiestan su sorpresa; los poderes públicos piden explicaciones; las organizaciones de consumidores y similares llaman al boicot; las víctimas acusan; los empleados, siempre desinformados, dan rienda suelta al rumor; los clientes desconfían y los potenciales se pasan con armas y bagajes a la competencia; los proveedores recelan y los medios de difusión comienzan a buscar información, acudiendo a cualquier fuente que pueda aportar algo cuanto antes. Por ello, el primer problema al que se enfrentan los públicos internos y en su caso los externos, principalmente los medios masivos de comunicación, es la falta de información sobre el acontecimiento. Un elemento fundamental es la información, la cual, como subraya Elizalde (2004), debe ser controlada por uno mismo, debido a que es el principal factor en la estrategia que se desarrollará con los diversos actores.

Pero esa misma circunstancia, el hecho del involucramiento de diversos *targets* o grupos en la situación de crisis al hacerse pública, genera que se mantenga la cobertura mediática, debido a que el interés por ambas partes, por lo regular, es recíproco. Marín subraya que “el salto de un problema a la luz pública, su vertiente mediática, es lo que le confiere el carácter de crisis, debido que hasta un momento determinado, bien podía tratarse exclusivamente de un asunto interno en una entidad; además que es precisamente el interés el que exterioriza la situación y hace que se convierta en especial, debido a su incidencia en la opinión pública y, por supuesto, en la repercusión de las reacciones de ésta ante los hechos, que pueden dañar la imagen y la estabilidad de la entidad afectada” (2005: 15).

El Plan de Crisis, que algunos autores denominan Plan de Gestión de Crisis, es catalogado como la parte esencial para buscar el control de la situación, hasta ese momento adversa. Las grandes organizaciones cuentan con un programa de gestión de crisis, el cual se utiliza en caso de que se presente un problema. Se busca actuar con anticipación y en muchas ocasiones se logra evitar o controlar la crisis antes de que sea conocida por los media y sea publicada y presentada a la opinión pública. Como ya se comentó, lo normal es que cualquier organismo pueda presentar situaciones de crisis y

cuando son internas registran menores complicaciones porque sólo un número reducido de personas tiene conocimiento de la situación. Pero, al margen de lo anterior, se debe actuar para evitar que sea del conocimiento de públicos amplios y externos. Ante este hecho, se debe tener en cuenta que en una organización se pueden dar dos tipos de crisis muy diferentes según la forma de actuar de los miembros de éstas y según el entorno: la crisis interna y la crisis externa.

7.2. CRISIS INTERNA Y EXTERNA

Las crisis no son un acto aislado o único sino que se presentan de manera continua en las organizaciones. Ahora bien, lo que las hace diferentes es su grado o nivel de conflicto, además de poder controlarlas antes de que se expandan, de mantenerlas ocultas y/o de que sean conocidas por los medios masivos de comunicación y, por ende, por la opinión pública. Tal y como indican Moore y Kalupa (1985), la filosofía en la que se basaba esta forma de pensar –de las empresas– propugnaba que cuanto menos conociera el público sobre la empresa tanto mejor para ésta. Así, la moral predominante en el ámbito empresarial de los EE.UU a principios de este siglo ignoraba los intereses públicos y defendía el secretismo como modo de evitar problemas de opinión pública. El papel de las relaciones públicas consistía en muchas ocasiones en evitar que se supiera la verdad.

Cuando la crisis no se exterioriza estamos ante una crisis interna que afecta solamente en forma endógena a la empresa, aunque puede afectar la imagen interna del organismo, pero siempre con el riesgo de que la situación salga del plano primario y se exteriorice. En el pasado, las organizaciones ocultaban las crisis, algunas de las cuales concluían sin llegar a ser de conocimiento público pero cuando eran de conocimiento público provocaban mayores problemas en la imagen de la organización. Rojas Orduña (2003) señala que las empresas se enfrentan a agresiones exógenas y endógenas. Algunas de estas dificultades pueden originar crisis internas muy graves, pero con menor notoriedad en el exterior. Otras pueden tener un alcance muy importante en la opinión pública, aunque quizá no impacten directamente en el negocio de la compañía. Para Lucas y García (2002) cualquier crisis afecta tanto a las personas que constituyen la organización como al entorno relevante de ésta. También los elementos externos dejan ver su pérdida de confianza, por lo que aparecen problemas en primer lugar con los clientes, pero también con los accionistas, proveedores, entorno local y autoridades.

Bonilla (2002) indica que es necesaria una comunicación proactiva, en la cual sea la institución la que tome la iniciativa para proporcionar la información, por lo menos la mínima necesaria, a los grupos objetivos o audiencias que se encuentran involucrados, lo cual evitará los vacíos de información que según este autor generalmente se llenan con rumores o con información parcial y poco fundamentada, que suele ser proporcionada por fuentes que buscan sacar provecho con la distorsión de los hechos. Pero en la mayoría de las situaciones de crisis, y principalmente en las de carácter político, no se presentan vacíos de información debido a la presencia de antagonistas, quienes de inmediato cubrirán los espacios que dejaron de ser atendidos.

Las crisis de las empresas, como ya se ha señalado, se difunden más por los medios de comunicación, lo cual ha llevado al incremento de los planes de gestión de comunicación de crisis. González Herrero (1998) explica en el periodo de 1989 a 1993 que el número de crisis recogidas por los medios de información estadounidenses se incrementó en 24 por ciento, con 7 por ciento más de aumento de 1993 a 1994. Los datos apuntan a que el número de crisis originadas por problemas de gestión (problemas laborales, discriminación en el trabajo, etcétera) ha aumentado en ese país en cerca de un 50 por ciento desde 1989, mientras que las crisis «accidentales» (accidentes, adulteración de productos, etcétera) apenas si han variado en el mismo periodo.

En México no se tienen datos precisos de situaciones de crisis desde los años ochenta a 2004, pero algunas situaciones que han registrado una amplia cobertura, mediática así como el interés de la ciudadanía y de la clase política, por lo que formaron parte de las agendas política, mediática y pública, son:

Crisis en México 1985-2009

Cuadro No. 2

Fecha	Crisis
19 de septiembre de 1985	Terremoto en la ciudad de México de 8.1 grados Richter. La Cruz Roja da a conocer que son 10 mil personas fallecidas.
17 de septiembre de 1988	Huracán Gilberto deja 202 muertos en México.
23 de marzo de 1994	Asesinato de Luis Donaldo Colosio, candidato del PRI a la presidencia de la República por el Partido Revolucionario Institucional (PRI).

28 de septiembre de 1994	Asesinato de Francisco Ruiz Massieu, Secretario General del PRI.
22 de diciembre de 1997	Asesinan a 47 tzotziles en Chiapas, México.
14 de marzo de 2000	Se registran cinco muertos por gas en un hospital de Puerto Vallarta.
21 de octubre de 2000	Se incendia en la Ciudad de México el centro nocturno Lobohombo. Mueren 20 personas.
16 de noviembre de 2000	Son desalojadas 15 mil personas en torno al volcán Popocatepetl.
17 de noviembre de 2000	Se enfrentan 500 granaderos con comerciantes del barrio de Tepito durante 10 horas en la Ciudad de México.
2001, 2002 y 2003	Caso Amigos de Fox. Se financia la campaña electoral del 2000 para la Presidencia de la República de Vicente Fox con recursos de extranjero y supera los topes de campaña.
2001, 2002 y 2003	Caso Pemexgate, en el que se investiga el financiamiento a la campaña electoral de 2000 del abanderado del PRI a la Presidencia de la República, Francisco Labastida Ochoa.
19 de enero de 2001	Se fuga de la cárcel de alta seguridad de Puente Grande, Jalisco, el narcotraficante Joaquín Guzmán Loera, alias “El Chapo”.
20 de abril de 2001	Matan a ocho comuneros en Chiapas.
9 de agosto de 2001	Se registran ataques con petardos a una sucursal bancaria de Banamex.
20 de octubre de 2001	Asesinan a la promotora de los derechos humanos Digna Ochoa.
23 de marzo de 2002	Vicente Fox, presidente de México le pide a Fidel Castro, presidente de Cuba, que abandone la Cumbre de las Américas.
26 de junio de 2002	En una emboscada, asesinan a 26 campesinos en el estado de Oaxaca.
12 de julio de 2002	Se presenta un enfrentamiento entre policías y campesinos en San Salvador Atenco, Estado de México, por la construcción del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de

	México. Éste se prolonga por casi un mes.
15 de diciembre de 2002	Se lleva a cabo el desalojo de simpatizantes del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en Montes Azules, Chiapas, por parte del ejército mexicano.
28 de diciembre de 2002	Denuncia Canal 40 que su transmisora fue tomada por comando armando de Tv Azteca.
19 de enero de 2003	Mueren 32 bebés en Chiapas por una epidemia.
22 de enero de 2003	Sismo en Colima de 7.6 grados Richter. Se registran 31 muertos y 30 mil damnificados.
Febrero, marzo y abril de 2003	Se registra una discusión en el país por apoyar o no la guerra contra Irak.
5 de febrero de 2004	La organización Vamos México, encabezada Martha Sahagún, esposa del presidente de México, Vicente Fox, está coludida con la firma KPMG en fraudes de Xerox, Enron y World Com. La agrupación de Sahagún concentra y distribuye fondos aportados por la Iniciativa privada. El 17 de febrero la primera dama anuncia que se retira, por el momento, de la política.
6 de febrero de 2004	Wall Street anuncia que la empresa de televisión Tv Azteca ya no es de fiar.
24 de febrero 2004	El líder del Partido Verde Ecologista de México, Jorge Emilio González, es grabado recibiendo dos millones de dólares para permitir la construcción de hoteles de lujo en Cancún, Quintana Roo.
4 de marzo de 2004	René Bejarano, coordinador de la fracción parlamentaria del Partido de la Revolución Democrática (PRD) y presidente de la Comisión de Gobierno de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, es videograbado recibiendo 8 millones de pesos como donativo por el empresario Carlos Ahumada.
Mayo de 2004	Crisis diplomática entre Cuba y México. Fox expulsa al embajador cubano.
Mayo de 2004 a Mayo	Crisis del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito

de 2005	Andrés Manuel López Obrador. Intervienen diversos actores como el Presidente de la República, dependencias del Gobierno Federal y de la Ciudad de México, partidos políticos, legisladores federales y locales, ONG's, organizaciones sociales, la iglesia católica, intelectuales, los medios masivos de comunicación, entre otros.
24 de mayo de 2004	Detonan artefactos explosivos en tres bancos en el estado de Morelos.
28 de mayo de 2004	Se registran marchas en la capital del país para demandar solución a la inseguridad que se vive en todo México.
2 de octubre de 2004	Se deja de construir una tienda de Walmart a un costado de la zona arqueológica de Teotihuacán. Se afectaba los vestigios y la construcción no contaba con todos los estudios de impacto necesarios.
24 de noviembre de 2004	Queman vivos a dos agentes de la PFP en Tláhuac, Distrito Federal.
13 de diciembre de 2004	Fonatur vende a Golf & Resorts 337.8 hectáreas en una cotizada zona de Cancún, terrenos propiedad de la nación y a un precio muy por debajo de lo real.
3 de enero de 2005	Asesinan al hermano del Joaquín Guzmán Loera ("El Chapo"). El tema es abordado todo el mes.
14 de agosto de 2005	El Banco Mundial da a conocer que la violencia cuesta a México 100 mil millones de dólares.
6 de octubre de 2005	Huracán Stan devasta los estados de Chiapas y Veracruz.
21 de octubre de 2005	El huracán Wilma destroza Cancún.
10 de noviembre de 2005	Se registra una crisis diplomática entre Venezuela y México, Hugo Chávez, presidente de Venezuela llama a Vicente Fox, presidente de México, cachorro del imperio.
19 de febrero de 2006	En un desastre minero en Pasta de Conchos, Coahuila, 65 mineros quedan enterrados y mueren.
Octubre y diciembre de 2005	Se registran graves inundaciones en los estados de Tabasco y Chiapas.

15 de septiembre de 2008	En plena celebración por la independencia de México en Morelia, Michoacán, se lanzan granadas de fragmentación contra la población civil. Es el primer atentado narcoterrorista en México. Fallecen tres personas.
23 de abril de 2009	Se registra la crisis de la influenza H1N1. El jueves en la noche, el gobierno federal informa a la sociedad mexicana que existe una epidemia de influenza porcina (ahora influenza humana, A/H1N1), motivo por el que se suspenden las clases en todos los niveles educativos y asimismo todas las actividades que impliquen aglomeraciones en el Distrito Federal, Estado de México y San Luis Potosí. Esto genera pérdidas millonarias.

Fuente: Elaboración propia

En los reportes *Annual Crisis Report de 2001 a 2014*, solamente se registran tres crisis en México. La primera se publica en el *Annual Crisis Report 2001, News Coverage of Business Crises During 2001* (2002), en el que se indica que en Estados Unidos se han registrado huelgas en las líneas aéreas por parte de los pilotos, las cuales se han extendido a los pilotos de Delta con menos impacto, y a la situación se ha sumado el sindicato de asistente de vuelo de la compañía Aeroméxico.

En el *Annual Crisis Report 2011, News Coverage of Business Crises During 2011* (2012) se señala que las compañías mineras de Estados Unidos presentan situaciones de crisis, pero también en otros países de América, como Colombia, donde una explosión mató a 20 mineros e hirió a 6. Mientras que en México murieron 14 mineros por una explosión de gas en una mina de carbón.

La última crisis del *ICM Annual Crisis Report* (2015) sobre México se presenta en 2014. Se reporta que las tormentas registradas en los estados, que suman 84 tornados en un periodo de tres días en abril, causan 35 muertes y más de mil millones de dólares en daños y perjuicios. En septiembre, el huracán Odile azotó Cabo San Lucas, México, causando daños por mil millones de dólares.

La crisis interna se registra dentro de la propia organización, por lo cual el conocimiento de la situación se limita a una parte o la totalidad de los empleados, familiares o personas allegadas a éstos, el denominado círculo primario), pero la crisis

no es del conocimiento de los medios masivos de comunicación y, por lo tanto, tampoco de la opinión pública. En este caso la comunicación de crisis que se debe llevar a cabo es también de carácter interno e implica menos esfuerzos que cuando es externa, aunque siempre hay que contar con la posibilidad de que pueda convertirse en externa. Como cualquier crisis, en este caso las internas deben ser bien manejadas para evitar que los propios empleados se conviertan en potenciales transmisores de información porque, en muchas ocasiones, son quienes comunican o filtran los hechos de la situación crítica que se vive internamente, lo que puede llegar a provocar la injerencia de los media y convertirse en una crisis de tipo externa y dañar la imagen de la institución.

Elizalde (2004) resalta que cuando se exterioriza la crisis se convierte en un acontecimiento público que genera una mayor presión y una mayor influencia sobre el organismo en crisis que sobre otros agentes porque se crea un gran descontrol interno.

Respecto a la crisis externas, se produce la exteriorización del problema por la difusión de los medios de comunicación, por lo que se hace de conocimiento público, ante lo cual es necesario realizar un mayor esfuerzo para poder controlarla y evitar que la imagen del organismo se vea afectada en todos sus grupos objetivos. En este caso se debe señalar que el control ya no se limita solamente a los empleados de la organización o el grupo primario, sino que hay que tener en cuenta los factores exógenos, como la opinión pública y los medios, que también están al pendiente de lo que sucede. Tanto en la crisis interna como externa, el plan de crisis será el elemento base de las empresas como medida preventiva que les permitirá actuar de forma eficaz y eficiente

Lucas Marín y García Ruíz explican que “todo se magnifica por el interés de los medios –de comunicación– en la crisis, con la aparición de buenos y malos que atraen la atención del público y mantienen viva la atención agravando los procesos de deterioro [...] Cualquier crisis afecta tanto a las personas que constituyen la organización como al entorno relevante de la misma. Aparecen con fuerza los conflictos internos larvados en época de bonanza, con tendencias a eludir las responsabilidades. También los elementos externos dejan ver su pérdida de confianza, por lo que aparecen problemas, en primer lugar, con los clientes, pero también con los accionistas, proveedores, entorno local y autoridades” (2002: 395).

Los medios masivos de comunicación han propiciado que se incrementen las acciones encaminadas a cambiar la forma de actuar de las organizaciones, debido a que les es más rentable atacar la crisis en el menor tiempo posible y presentarla a la opinión pública como una situación que es controlable en la que las organizaciones actúan de

una forma eficaz, eficiente y en pro de sus grupos de interés, lo que les redituará beneficios en su imagen. Ejemplos, como las fábricas de automóviles, principalmente, las que en la última década comunican a sus clientes los problemas que presentan sus vehículos, por lo cual las unidades deben ser revisadas y arregladas sin costo para los consumidores, lo cual genera una percepción positiva por anteponerse a que los clientes sufran accidentes o daños; acciones que además registran una cobertura por los medios masivos de comunicación de forma gratuita.

La comunicación de las organizaciones ha registrado modificaciones, principalmente, en el sentido de no mantener oculta una situación crítica de alto nivel, debido a que puede provocar daños más grandes con el paso del tiempo al ser presentada por los medios como una organización que no actúa de forma abierta, que no trabaja en beneficio de sus grupos objetivos y que oculta información. La desinformación se convierte en un juego de azar o de doble filo al optar por no dar a conocer la situación, debido a que en el primero de los casos, el tiempo puede ser utilizado como un punto a favor para resolver la situación crítica y permitiría que el entorno no conozca el acontecimiento, o puede ser desfavorable para la organización, debido a que al no presentar ante sus auditorios la existencia de una situación crítica puede llegar a crear una imagen aún más negativa al ocultar la información.

En el master de dirección de comunicación de la Universitat Politècnica de Catalunya, la profesora Kathy Matilla (2005) desarrolla los “cambios de enfoque” o de paradigma que se han registrado en la comunicación de crisis por parte de las empresas y que pueden ser aplicados a cualquier organismo, por lo comentado anteriormente sobre los medios masivos de comunicación y las tecnologías de la información y comunicación.

Enfoque de las crisis

Cuadro No. 3

Año	Cambio de Enfoque
20's – 30's	La empresa no puede negar la existencia de la opinión pública.
50's – 60's	La organización y sus públicos deben mantener una relación armoniosa.

70's	Consolidación de este enfoque - la organización debe estar al servicio de la gente.
80's – 90's	El concepto de comunicación empresarial como arma de persuasión de masas se sustituye por el de comunicación como vehículo de entendimiento.

Elaboración propia con datos de Matilla (2005)

Los dos tipos de crisis mencionados, interna y externa, pueden subdividirse en otro tipo de crisis porque, como apunta Bonilla (2002), que se caracterizan por presentarse en forma anunciada o sorpresiva. Aunque existan circunstancias que pueden presagiarlas, el detonador casi siempre se presenta en forma intempestiva.

7.2.1. Crisis anunciada

Es una crisis que se espera. Es una crisis de la que se tiene conocimiento, por lo que se debe actuar a través del plan de gestión de crisis que se tenga para poder minimizar las posibles consecuencias adversas.

Este tipo de crisis, según diversos autores como González (1998), Lledo (1993) o Mitroff y Pearson (2002), se caracteriza por ser controlable al tener conocimiento previo de ella porque de no proceder se puede agravar la situación, principalmente porque en la organización se crea una imagen de descuido, de falta de prevención, indolencia, abandono, entre muchos otros adjetivos o atributos negativos.

7.2.2. Crisis explosiva

La crisis explosiva se presenta de una forma repentina, inmediata. Esto hace que la empresa no cuente con tiempo suficiente para obtener información sobre el problema ni para desarrollar un plan de acción dentro del plan de crisis, que debería haberse preparado con anterioridad. Al presentarse de manera espontánea, se debe actuar de forma inmediata para evitar que aumente el daño al organismo. Carlos Paniagua comenta que “la crisis siempre es inoportuna, que se presenta cuando menos se espera y de forma incontrolable. Sorpresa no quiere decir que sea imprevisible” (2010: 10).

González (1998) subraya el hecho de que un accidente, una catástrofe natural o un movimiento social de relevancia pueden ocurrir en cualquier momento y en cualquier sitio, lo que puede afectar al organismo y amenazar, incluso, la estabilidad del

sector empresarial del que se trate. Ante tal situación imprevisible, como se indicó, el organismo debe contar con un plan con las líneas por seguir y que le permita afrontar la situación crítica. Se debe tener en cuenta que no es posible abarcar todas las probables situaciones de crisis a las que una empresa se encuentra expuesta o es susceptible, pero por lo menos se deben determinar aquellas en las que el organismo es más vulnerable o las que son más proclives a presentarse por la propia naturaleza del organismo.

Las crisis repentinas o explosivas, por su magnitud suelen llamar aún más la atención de los medios masivos de comunicación y por ende de la opinión pública, lo que da pauta a que se pueda registrar un deterioro en la imagen de la organización de forma más rápida. Por lo tanto, las acciones de comunicación que se desarrollen deben realizarse con la mayor rapidez y en el menor tiempo posible para evitar un mayor daño por la propia crisis y/o por organismos externos competidores o antagonistas que aprovecharán la situación.

7.3. PLAN DE GESTIÓN DE CRISIS

Tanto en la crisis anunciada como en la explosiva, se debe seguir un Plan de Gestión de Crisis, término anteriormente mencionado, que es un documento que tiene como finalidad actuar de manera coordinada para evitar, minimizar o acabar con la situación crítica que se presenta en la organización, ya sea ésta interna o externa, anunciada o explosiva. El plan proporcionará las líneas que los integrantes de la organización deben poner en marcha para actuar en forma eficaz y eficiente. Lo fundamental en el plan de crisis es comunicar a los públicos involucrados, tanto internos como externos, la situación que se está registrando, tal como Bonilla subraya:

Se debe “de informar a los públicos internos (el personal) y externos (clientes, proveedores, autoridades gubernamentales, vecinos de la zona, etc.), acerca del incidente, para evitar que otros lo hagan, distorsionando la información. Tarde o temprano, la empresa tendrá que informar, dar su versión de los hechos y responder a las preguntas que le planteen los afectados y los medios informativos, como representantes de la opinión pública. Si lo hace de una manera reactiva y sin preparación, con toda probabilidad el vocero en turno, presa del pánico y presionado por la situación, cometerá errores que pueden tener graves repercusiones para la imagen de la empresa. La comunicación proactiva se basa en que la empresa tome la iniciativa para el acercamiento y la difusión permanente de información a sus audiencias. En esta forma evitará que se presenten los vacíos de información, que generalmente se llenan

con rumores o con información parcial y poco fundamentada, que suele ser proporcionada por fuentes que buscan sacar provecho con la distorsión de los hechos” (Bonilla, 2002: 1).

En la gestión de crisis, uno de los puntos fundamentales es la comunicación del organismo con sus puntos objetivos, entre los que se encuentran los medios de masivos de comunicación. Esa comunicación debe ser proactiva y encontrarse plasmada en el plan de gestión de crisis, lo que permitirá tener ventaja al conocer, en el mayor número posible de casos, las estrategias y/o acciones por desarrollar. Gigliotti y Jason definen la gestión de crisis como “la capacidad de una organización de asumir de manera rápida, eficiente y efectiva las operaciones de emergencia necesarias para reducir las amenazas a la salud y seguridad del individuo, la pérdida de propiedad pública o privada, o una consecuencia negativa sobre el desarrollo normal de los negocios” (1991: 13). En tanto Fink define a la gestión de crisis como “el arte de eliminar el riesgo y la incertidumbre de modo que se sea capaz de adquirir un mayor control sobre el propio destino” (1986:16).

González Herrero define a la gestión de comunicación de crisis como “la capacidad de una organización de reducir o prever los factores de riesgo e incertidumbre respecto al futuro, de forma que se capacite a la misma para asumir de manera rápida y eficaz las operaciones de comunicación necesarias que contribuyan a reducir o eliminar los efectos negativos que una crisis puede provocar sobre su imagen y reputación” (1998: 38).

El plan de crisis es el documento rector que permitirá actuar en situaciones de crisis o preverlas y, según Carreño (2002) debe ser conciso, claro, funcional y, especialmente, atender puntualmente a los asuntos más críticos de una organización. Pero además subraya que el manual o plan de gestión de crisis debe ser actualizado de forma constante y permanente ante el surgimiento de posibles nuevas situaciones adversas para el organismo, de acuerdo con las necesidades y el contexto histórico, cambios políticos, económicos y sociales que se registren en el entorno del organismo.

La diferencia entre la gestión de crisis y el Plan de Gestión de Crisis es que el plan es el documento, primordialmente escrito, en donde se establecen las acciones por desarrollar en situaciones de carácter crítico. Por tanto, no es necesario que se presente una crisis para contar con el documento del Plan de Gestión de Crisis. El instrumento permitirá buscar el control de la crisis para evitar un daño o un mayor deterioro del que se tiene. El Plan de Gestión de Crisis reseña las acciones que deben llevarse a cabo,

como desarrollar la formación de un equipo de gestión de crisis, que es un grupo de personas que deberán asumir la responsabilidad de afrontar el problema y del que emanarán las decisiones que convengan para la urgente normalización de la situación, o en otras palabras, deben identificar el problema.

Para la elaboración del Plan de Gestión de Crisis podemos partir del modelo más sencillo de comunicación, el paradigma del sociólogo americano Laswell (1948): emisor, receptor, canal y mensaje, con las respuestas a las interrogantes quién dice qué, a quién, mediante qué canales de comunicación y con qué resultados obtenidos.

A partir de ello, se puede y debe realizar el plan de gestión de crisis, que es la información que permita hacer frente a la situación a través de acciones de comunicación. Debe contener, como indica Fita (2000), elementos básicos como: referencia al tipo de emergencia en que nos encontramos (accidente, incendio, explosión, etcétera), momento en que ocurrió, lugar exacto (dirección, ciudad, lugar del suceso), personas afectadas y daño sufrido; extensión del daño en general, acciones tomadas para atajar la emergencia en el momento presente, departamentos de la administración con los que se ha contactado, efectos en la producción y en los servicios y medios de comunicación con los que se ha contactado.

La empresa Infosol (2005), en su página web establece que ante los efectos de una crisis las grandes empresas deben actuar estratégicamente, para lo cual desarrollarán planes de crisis, en las áreas técnicas y en la de comunicación. La prevención y reacción son componentes fundamentales de la cultura de la empresa. Sin embargo, subraya la empresa, no todos tienen una cultura estratégica que les permita anticiparse a la crisis. Para Infosol es necesaria la prevención-reacción que le permitirá a la empresa afrontar los problemas en la entidad, en su entorno tanto interior como exterior.

La citada empresa (2005) divide en tres grandes rubros las acciones que deben llevar a cabo los organismos para enfrentar una crisis: 1) previsión, 2) formación – entrenamiento–, y 3) precauciones. La primera de ellas la define como los riesgos que puede enfrentar la empresa, la trascendencia que puede tener una crisis y las posibles soluciones. El punto dos es el apartado donde se fomenta el conocimiento para enfrentar la situación adversa, el cual está conformado por cursos, preparación de documentos, simulación de situaciones probables y entrenamiento de medios. Finalmente, las precauciones son las medidas que se toman ante una posible crisis, en la que destaca el estar siempre preparado e imaginar los escenarios; identificar y analizar signos de

alarma aunque sean de poca importancia; y mantener una circulación de información y comunicación con los grupos objetivos, lo cual facilitará el desempeño en una situación de crisis.

El Plan de Gestión de Crisis debe estar en consonancia con el Plan de Comunicación de la empresa para evitar acciones repetidas que enturbien y alimenten la crisis. Debe definir las políticas de comunicación internas y externas y también es necesario que la empresa deduzca todas las posibles situaciones de crisis que pueda enfrentar, para prever contingencias o, en su caso, definir de manera más expedita las acciones por desarrollar. Respecto a esta cuestión, Infosol (2005) indica que ante una situación de crisis es necesario dar respuesta a cuatro apartados fundamentales: 1) definir el objetivo que hay que lograr en cada caso. 2) elaborar el mensaje que se emitirá en consecuencia. 3) definir las audiencias y canales de comunicación más oportunos. y 4) preparar un plan de actuación.

Lucas y García mencionan cuatro etapas que se deben de establecer en un plan de crisis: “La identificación, establecer sus límites, esclarecer las responsabilidades, evaluar los daños, situación en los medios, reunión de responsables de distintas áreas y fijar un discurso de espera. El enfrentamiento, constitución de un comité de crisis *ad hoc*, designación de un portavoz, asignación de nuevas responsabilidades y evaluación de las necesidades de comunicación. La contribución a la resolución, elaboración de información documental, difusión de información hacia el interior y al exterior, relaciones con personas claves y continua evaluación de la información disponible. Y, La gestión de la poscrisis, sobre ellas deben de plantear los modelos concretos de gestión de la crisis” (2002: 396).

El Plan de Gestión de Crisis deberá presentar la mayor cantidad de información posible sobre la organización, para poder contestar, durante el tiempo que dure la crisis, cualquier pregunta que se plantee, principalmente, de los medios masivos de comunicación. Deberá contar con los aspectos positivos que proporciona a la sociedad o en su entorno, lo que puede ser útil para matizar la imagen que se esté formando por la crisis. También deberá incluir datos como la inversión en investigación, desarrollo e innovación (I + D + I), las exportaciones, los puestos de trabajo creados, patrocinios, y los puntos buenos que permitan generar confianza y una imagen positiva sobre la organización, tanto de forma interna como externa. Dicha información permitirá responder a cualquier pregunta desfavorable para transformarla en favorable.

Asimismo, es necesario identificar a las audiencias para que la información que se envíe sea la necesaria y la adecuada a cada una de ellas. También hay que determinar quién será el vocero, así como los asesores externos, pues éstos pueden ser varios. En el caso del primero es conveniente que sea un grupo reducido, que no supere los tres o cuatro miembros, para evitar la multiplicación de voces y posibles diferencias en lo comunicado. En el caso de que se trate de un aspecto de carácter técnico o especializado, el vocero se acompañará de una persona con conocimiento pleno del tema, que aclare cualquier duda o malentendido. Es importante decidir quién será el portavoz ante la crisis, puesto que, al final, será de quien dependa el resultado final.

Sobre los asesores, se deben buscar a las personas más idóneas, que conozcan el tema para poder apoyar al portavoz en la presentación de la información ante los medios masivos de comunicación. En situaciones de crisis políticas, la presencia de varios voceros/portavoces y asesores que dialogan permite disminuir el enfrentamiento y el debilitamiento de una sola persona, así como aumentar la negociación y debilitar a la parte contraria.

Dentro del Plan de Gestión de Crisis se propone, primero, el trabajo proactivo y después la labor reactiva para mantener informada a la opinión pública de lo que sucede con la crisis a través de diversos medios, tanto internos como externos, lo que evitará rumores y desinformaciones. Carlos Paniagua (2003) explica en su texto que la revista *Fortune* calcula que en las empresas norteamericanas corren alrededor de 33 millones de rumores en cada jornada laboral y añade que el 75 por ciento son ciertos. El rumor, destaca el autor, en la mayoría de las ocasiones es la antesala de la noticia, por lo que no será la primera ni la última ocasión que los rumores sean los generadores de crisis.

Para que el Plan de Gestión de Crisis sea un documento viable y posible de utilizar en caso de una situación adversa es fundamental llevar a cabo dos acciones: la primera es comprobarlo, a través del ensayo; la segunda es la de la actualización periódica del plan. Uno de los puntos que destaca Bonilla (2002) que se debe tener en cuenta en el citado documento es el de tener al día todos los apartados de éste y en especial la lista de los periodistas que cubrirían el evento. Ejemplo del desarrollo de una situación de crisis es la que nos describe Seitel (2002) en relación con la empresa petrolera Exxon:

“Exxon comunicó cada uno de los tres tipos de información necesaria en una crisis: instrucciones sobre cómo sus públicos deberían de reaccionar físicamente a la

crisis; información para ayudar a las personas (especialmente sus públicos internos) lidiar psicológicamente con la crisis; y, a través de su vocero y boletines de prensa, información para que sus públicos usen para formar una imagen de la corporación (responsabilidad corporativa, preocupación por la comunidad y seguridad y compasión para las familias). La compañía mostró una comunicación bilateral, en relación con sus públicos internos y externos. La compañía escuchó y se dirigió a las preocupaciones específicas de sus públicos como la limpieza inmediata de restos causados por el incendio e información sobre riesgos posibles, la necesidad de la comunidad de ser capaz de comunicarse con la compañía (una línea de atención fue establecida), y la necesidad de los empleados de mantenerse informados (Exxon mantuvo a los trabajadores actualizados antes de lanzar la información a los medios, a través del uso del correo electrónico interno)” (Seitel, 2002: 179).

Dentro de la gestión de crisis, que es la implementación del Plan de Gestión, encaminado a preservar la estabilidad y reputación de la organización con la menor afectación posible, se pueden presentar diferentes niveles de la crisis que deben ser atendidos según la magnitud y que deben estar contenidos en el documento ya señalado.

7.4. NIVELES DE LAS CRISIS

No todas las crisis registran la misma intensidad, y por lo tanto no deben ser abordadas o controladas de igual forma. Brevemente, se pueden establecer tres niveles de crisis –los cuales a su vez presentan niveles intermedios– que son multifactoriales debido a la existencia de organizaciones en las cuales las crisis se presentan de manera más constante. Además que cada una de las crisis son diferentes, por lo que de la misma forma requieren un tratamiento específico. Se debe tener en cuenta que algunas crisis por su grado pueden no ser consideradas como tales, pero por su naturaleza deben ser tomadas en cuenta, puesto que un descuido o negligencia puede aumentar la crisis hasta niveles incontrolables, con lo que siempre hay que intervenir desde el primer nivel para evitar daños mayores por no intervenir a tiempo.

Las diversas categorías de la crisis deben tener una atención particular al ser diferentes cada una de ellas, lo que permitirá un mejor uso de los recursos con los que cuenta el organismo: financieros, tecnológicos y humanos. Además, como se señaló, las organizaciones regularmente presentan crisis; y no necesariamente las crisis pasan por los tres niveles o se inician en el más bajo.

1. Nivel Bajo. Este nivel se refiere a situaciones que podemos denominar de “no emergencia”, las cuales, supuestamente, pueden ser controladas casi de forma inmediata y los daños que se registren serán mínimos o bajos. El Plan de Gestión de Crisis permite detectar la situación y atenderla, por lo cual se requiere de un trabajo proactivo, de anticipación. Debe ser de atención baja, en la que no se involucren todos los recursos del organismo, pero por su propia naturaleza de crisis no puede dejarse a un lado, debido a que puede salirse de control y provocar dificultades más graves. No debe ser dejada a la deriva, se requiere estar al pendiente de ella y evitar que pase al siguiente nivel.

2. Nivel Medio. En este nivel, la crisis ha dejado de ser una situación de mera rutina y debe ser atacada de manera inmediata. Los daños empiezan a presentarse en la organización, por lo que es necesario tomar acciones de carácter reactivo para evitar que ésta aumente y provoque daños aún más graves al ser ya un evento con posibles consecuencias debido a que éstas se empiezan a manifestar y salirse de control. Hay que prestar atención, desviando o poniendo a disposición recursos del organismo para paliar el evento negativo. Los medios de comunicación pueden ya tener conocimiento del evento.

3. Nivel Alto. El último de los niveles es ya una situación crítica, en donde los daños que puede sufrir la organización son elevados, hasta su posible desaparición. Las acciones que se llevan a cabo son de emergencia, reactivos ante la situación que se vive. Se destinan recursos al evento, lo que provoca la alteración o desestabilización en el trabajo y orden normal del organismo. Los altos mandos deben intervenir de manera inmediata para llevar a cabo acciones que proporcionen la mejor solución al daño que se genera. Los medios de comunicación tienen conocimiento, por lo que la opinión pública se ha enterado y la crisis se encuentra en las agendas mediática y pública. En este estado, la imagen del organismo está en riesgo y se pueden generar aspectos o atributos desfavorables hacia éste. Dichas crisis son las que más llaman la atención, los puntos de conflicto son máximos, la atención de la opinión pública y de los medios se encuentra en su totalidad en este evento. A pesar de estar en una situación que se podría denominar contra la pared, tiene posibilidades de ser revertida, siempre y cuando la organización se enfrente a ella con inteligencia.

Niveles de intensidad de las crisis

Cuadro No. 4

	Bajo	Medio	Alto
Acción	Proactiva	Reactiva	Reactiva
Desempeño de la institución	Continúa con el trabajo normal	Parte del trabajo se ve afectado	Gran parte o la totalidad del trabajo se ve afectado
Recursos	No es necesario desviar recursos	Requiere desviar recursos para actuar	Puede llegar a desviarse la totalidad de los recursos
Medios de comunicación	No tienen conocimiento	Existe la posibilidad de que tengan conocimiento	Se encuentra en las agendas mediática y pública
Daños	No se registran daños	Posible presencia de daños	Daños en la institución

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a los niveles de la crisis, Elizalde (2004) subraya la existencia de posibles consecuencias en el organismo, que pueden presentarse ante una crisis de acuerdo a la implicación y gravedad de la situación, por lo que deben analizarse y ser tomadas en cuenta en el momento de tomar decisiones: 1) costos aceptables, 2) costos máximos y 3) costos prohibidos.

Los “costos aceptables” son recursos que se deben pagar como precio de la crisis pero que no dañan la estructura de poder. Los “costos máximos” son los recursos que como máximo se darán en forma de un pago por las consecuencias de una crisis. Los “costos prohibidos” son los recursos que no pueden colocarse dentro de la categoría de costos de la crisis, son recursos que se deben cuidar especialmente porque se vinculan directamente con la estructura de poder (Elizalde, 2004).

El plan de gestión de crisis debe prever y contar con los siguientes cinco aspectos: identificación, prevención, contención, recuperación y evaluación. Éstos permiten una mejor actuación en cualquiera de los tres niveles que registre el acontecimiento desfavorable o, en el caso de que la crisis sea anunciada o explosiva. Los miembros del organismo controlarán y actuarán mejor en cada uno de esos aspectos puesto que son fundamentales en todo el proceso de crisis.

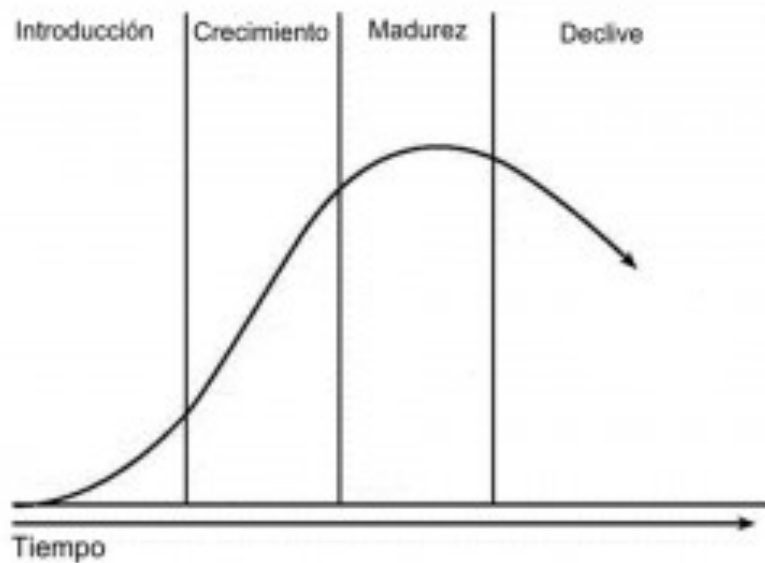
1. Identificación. Permitirá establecer las posibles crisis que se presenten en la organización. Es un trabajo que lleva tiempo, que debe realizarse en primer término. Es la base del plan, por lo que deben involucrarse la totalidad de las áreas del organismo para determinar los posibles problemas por enfrentar. Asimismo, y mediante la creación de un comité de crisis, se determinará quiénes intervendrán en cada una de las situaciones y niveles que puedan presentarse. Es una acción proactiva.
2. Prevención. Es una acción proactiva de comunicación y vigilancia permanente que permitirá un mejor control del desempeño de la organización para evitar el desarrollo de una crisis.
3. Contención. Es una acción reactiva en comunicación interna y externa. Identifica quiénes deben intervenir para disminuir, controlar o revertir la situación crítica en beneficio de la organización.
4. Recuperación. Es una acción reactiva dentro de la crisis que permitirá que no aumente, continúe y/o se prolongue la situación adversa. Iniciará los ajustes y trabajos que generen un regreso a la normalidad en el organismo, con el señalamiento de quiénes deben intervenir y de las acciones de comunicación interna y externa.
5. Evaluación y análisis. Permitirá conocer los daños para continuar con el trabajo de mejora de la organización, reconocer los puntos o partes débiles de la institución así como los errores y aciertos cometidos, que servirán para actuar mejor ante el surgimiento de una nueva crisis. Parte fundamental de una situación de crisis es llevar a cabo una evaluación de los daños y realizar un análisis al final del acontecimiento.

7.5. FASES DE LA CRISIS

Las fases básicas por las que puede pasar una crisis son cuatro según los autores consultados, González (1998), Lledo (1993); Mitroff y Pearson (2002): nacimiento, desarrollo, madurez y declive. Asimismo se presentan otras dos etapas que no se encuentran propiamente en la crisis, pero deben de ser tomadas en cuenta: pre-crisis y postcrisis. Aunque en ocasiones las crisis no pasan necesariamente por dichas fases. Por ejemplo, en las crisis que hemos denominado “explosivas” no se presenta la pre-crisis, porque son repentinas, no se prevén, mientras que en las “anunciadas” sí, de ahí su nombre. Otra cuestión a tener en cuenta es que no siempre las crisis pasan de una fase a otra, sino que pueden darse por concluidas antes de llegar a la siguiente fase.

Las cuatro fases del ciclo de vida de la crisis

Imagen No. 3



Fuente. González Herrero, 1998: 52

7.5.1. Pre-crisis

Kharbanda y Stallworthy (1986) nos dicen que en la fase de pre-crisis es cuando la situación crítica comienza a dar sus primeras señales de vida. La organización puede prever y detectar la existencia de un posible problema por lo que se hace necesario considerar todos los posibles escenarios en los que podría derivar la situación y sus consecuencias. Se requiere también una evaluación y ajustar el organismo a la crisis

existente. En esta fase probablemente se registra una falta de claridad de la situación que se avecina; las señales de aviso suelen pasar desapercibidas para muchos directivos o, en todo caso, ser ignoradas.

En la etapa de pre-crisis es fundamental el plan de gestión donde se señalan las posibles crisis que se pueden generar en el organismo. Es el documento que permite visualizar y dar las pautas para el trabajo proactivo para evitar que se genere una crisis, pues en caso de crecer, puede tener graves consecuencias para el organismo. En esta etapa se debe actuar con cautela y estar en alerta aunque sin alarmas para evitar problemas mayores.

7.5.2. Crisis

La fase de crisis para González Herrero “tiene como característica principal que la crisis ya ha salido a la luz pública a través de los medios de comunicación” (1998: 54). En esta es la fase la situación crítica se encuentra en su pleno desarrollo. Puede mantenerse por largos periodos y afectar al organismo sino se actúa de forma rápida, eficaz y eficientemente. Altera el trabajo normal de la empresa al tener que dedicar recursos para la solución del problema; además que se verá afectada la imagen del organismo en su exterior. El Comité de Gestión se debe reunir con toda urgencia.

Carlos Paniagua (2003) establece en esta etapa que lo primero que hay que ocuparse es de la crisis en sí misma para tomar las medidas necesarias más urgentes. Para el autor, es obligatorio informar con precisión y rapidez a los grupos internos al ser los primeros y principales afectados. El Comité de Gestión de Crisis debe ser reactivo, ya que el silencio es sinónimo de culpabilidad y asegura que las tres primeras horas son cruciales.

Se debe atacar y contraatacar a la crisis con la mayor rapidez posible para evitar un daño mayor. De no actuar de inmediato las consecuencias pueden resultar fatales para la organización, no sólo porque puede prolongarse en el tiempo, sino porque puede verse afectada la imagen interna y externa de la empresa.

Lucas Marín y García Ruíz nos dicen que “si se deja la crisis a su propia evolución, los resultados son evidentes: 1. Progresiva pérdida de confianza en la organización y en su dirección por parte de los inversores, clientes y empleados. 2. Deterioro de la moral de los empleados, que puede conducir a problemas en las relaciones laborales y en la selección de empleados. 3. Disminución del valor de las acciones, y relaciones tensas con los inversores. 4. Pérdida de tiempo de la dirección,

preocupándose de asuntos inmediatos en lugar de seguir la marcha de las actividades importantes. 5. Aumento de fiscalización por parte de las instituciones públicas y gubernamentales –así como de los medios de comunicación, que a su vez genera una fiscalización por parte de la opinión pública–. 6. Litigios jurídicos costosos en tiempo y dinero. 7. Amenazas contra la autonomía de la organización, con imposición de programas de reformas desde perspectivas ajenas. 8. Relaciones tensas con la comunidad. Para intentar evitar estos problemas, la organización deberá intentar manejar la crisis, gestionarla” (2002: 395-396).

Lo fundamental para la organización, en esta etapa, es mantener la iniciativa sobre los hechos, facilitando información puntual y veraz a los públicos relevantes o interesados, entre ellos los medios masivos de comunicación, de modo que se evite la especulación, la generación de rumores, y que se dé la impresión de crear una barrera frente al exterior o de ocultamiento de información. Éste es, según Fink el punto de no-retorno (1986). En este momento los avisos iniciales han finalizado y la organización ya ha sufrido algún daño. A partir de aquí el papel de la dirección es evitar un daño aún mayor, pero también puede ser, como se señaló, un momento para revertir y crear una imagen favorable para la organización.

Dentro de la fase de crisis se puede llegar a presentar la etapa de madurez, que se distingue por ser la fase más álgida del contexto adverso. La atención se centra en el organismo afectado, es el tema principal en las agendas mediática, pública y posiblemente en la política; la cobertura de los medios es total, al grado de generar un amplio número de reacciones, así como la intervención de los más diversos actores.

7.5.3. Postcrisis

González Herrero (1998) comenta que la fase de postcrisis es la etapa de vuelta a la normalidad. A estas alturas del conflicto, la organización ha superado el punto álgido de la crisis y se enfrenta ahora a una etapa de recuperación. Es el momento de reflexionar, evaluar y analizar lo sucedido. Es también el periodo de recompensar a aquellos que han actuado en apoyo de la organización, de analizar qué ha funcionado correctamente y qué de manera defectuosa o errónea; de aprender de los errores y adoptar soluciones que mejoren el plan de crisis existente. El cambio de la fase de crisis a la de postcrisis es el momento oportuno para tratar de crear un ambiente positivo en la situación adversa que se vive. Es oportuno presentar interna y externamente, a través de los diversos medios de comunicación y principalmente los masivos, a la organización

como una empresa con capacidad para resolver cualquier eventualidad, lo que permitirá crear un ambiente de confianza. Asimismo, es el momento de realizar un estudio de todas las fases de la crisis, para revitalizar a la organización y asimilar las experiencias adquiridas para un futuro.

Hablar de comunicación de crisis en las organizaciones es un tema muy amplio, pues en él participan muy diversos factores y no se puede controlar cada uno de ellos. Además, definir la crisis no siempre es fácil puesto que en muchas ocasiones puede ser el resultado de una mala prevención, normalmente consecuencia de fallos humanos. Las empresas son organismos complejos, compuestos de muchos actores y factores tanto internos como externos, los cuales son dinámicos, lo que provoca que no exista un control total del entorno de la organización, facilitando la presencia de situaciones de crisis. Ni en el interior de la empresa, donde existe una supuesta jerarquía, se puede evitar en su totalidad la presencia de contextos adversos.

Es prácticamente imposible tener un control de todas las variables, internas y externas, que pueden generar una crisis. A pesar de contar con un plan de gestión de crisis, el número de posibles situaciones adversas es muy amplio, por lo que el plan de gestión es un paliativo principalmente en las crisis anunciadas o controlables, y una ayuda o guía en las crisis explosivas o repentinas. En ninguno de los dos casos se puede asegurar que la crisis no generará daños a la institución y menos que se revierta con resultados positivos. Pero es cierto que la organización que no cuente con un plan de gestión de crisis es más susceptible a registrar desenlaces negativos.

En los medios de comunicación, como indican los diversos autores abordados, recae gran parte de las crisis de las organizaciones, debido a que éstos podrían provocar el crecimiento de una crisis o atenuarla. El control sobre la información que se presenta en los medios de comunicación es señalado como fundamental y de vital importancia para la imagen que se proyecta al entorno, a la opinión pública y será el referente de la situación de la crisis y la imagen de la propia organización hacia su interior y exterior.

7.6. LAS CRISIS EN LA AGENDA SETTING Y EN LA TEORÍA DEL FRAMING

La mediación y mediatización de la sociedad implica la importancia de los medios masivos de comunicación en la actualidad porque la imagen, normalmente, se genera en y desde los medios, y esto se acrecienta porque los propios organismos dan mucha importancia a los medios y a la imagen. Rodríguez apunta al respecto que “desde las empresas e instituciones, existe la tendencia de medir el éxito o fracaso de una

política de comunicación en función de lo que publiquen los medios y de aparecer o no en ellos. Como ya predecían los expertos en la materia hace algunos años, se ha pasado de la seducción de imagen a la obsesión por la imagen, casi sin solución de continuidad” (2006: 38).

El control o cuidado en la información que presentan los medios masivos de comunicación, principalmente en las situaciones de crisis, es debido a que las personas a través de los medios conocen los acontecimientos que se generan en su entorno, y se forman una concepción de los sucesos. Respecto a la capacidad de los medios masivos de comunicación en decirnos en qué pensar Walter Lippman (2003) señaló que los medios guían nuestra atención hacia ciertos temas que publican. Estos principios son retomados a partir de los años setenta por Maxwell McCombs y Donald Shaw (1986) y se convierten en el primer paso de la teoría de la *agenda setting*.

Los medios de comunicación, al tener esa capacidad de decirnos ¿en qué pensar?, nos dan la pauta para que en las situaciones de crisis se busque tener un control y así tratar de influir en la agenda mediática, en los temas que se presentan a las personas y que podrían llegar a establecerse en la opinión pública. Pero la teoría de la *agenda setting*, en sus aproximadamente 40 años de estudios, no solamente ha analizado el en qué pensar, que es conocido como el primer nivel de la agenda, sino que va más allá y ha permitido establecer que los medios masivos de comunicación también tienen la capacidad de establecer el en cómo debemos de pensar. Esto supone lo que se ha denominado el segundo nivel de la teoría de la *agenda setting* o el establecimiento de encuadres o atributos, que es estudiado a través de la teoría del *framing*.

El segundo nivel de la *agenda setting* y el establecimiento de encuadres o atributos, refuerza aún más la postura de que en situaciones de crisis es fundamental tener el control o influir en la agenda de los medios, debido a que éstos transmitirán a sus audiencias las características o marcos de referencia, lo que permitiría generar una imagen positiva o negativa tanto de la crisis como de los involucrados.

En situaciones de crisis, el tema o el primer nivel de la agenda, el en qué pensar, por lo regular, se encuentra establecido, es la noticia en los medios informativos y el asunto que se discute en la agenda pública y política, por lo que el control se presenta en el segundo nivel o en los encuadres; para que la información que se publica a través de los medios masivos de comunicación tenga los atributos que más benefician a los involucrados, lo que genera una batalla por establecer los marcos de referencia.

En la disputa por establecer las características sobre la crisis en los media se presentan tres actores o campos de identidad, como en los estudios de los movimientos sociales de Hunt, Benford y Snow (2006-2: 157): 1) protagonista, 2) antagonista, y 3) audiencias. Los tres son fundamentales en la batalla por establecer los encuadres; los protagonistas, quienes buscan disminuir los daños u obtener beneficios por la situación adversa en la que están inmersos; los antagonistas, quienes tratarán de dañar, aún más, al organismo que se encuentra en la situación crítica y de ser posible conseguir beneficios. El tercer actor, las audiencias al no pertenecer a los protagonistas ni a los antagonistas, serán buscadas para que se sumen a una posición y apoyen positiva o negativamente a la crisis.

En las situaciones adversas, los protagonistas se identifican por la defensa de la causa, en buscar el menor daño y el mayor beneficio, para lo cual generan marcos de diagnóstico, de pronóstico y de motivación, que permitan a las audiencias que se identifiquen y formen parte de él. En cuanto a los antagonistas, éstos también generan marcos para delimitar y definir una postura negativa a la crisis, que no se genere empatía en las audiencias, y crear efectos negativos o desfavorables a la causa.

Las audiencias son fundamentales en las situaciones de crisis para contar con un mayor o menor apoyo y aumentar la generación de encuadres favorables o desfavorables sobre la situación que se discute. Entre las audiencias se encuentran los más diversos actores que hablarán y presentarán su posición sobre la crisis, entre los que destacan los medios masivos de comunicación, los cuales llegan a tomar una postura sobre el tema, ya sea positiva, negativa o neutral, que se verá reflejada en cómo presentan la información publicada en sus espacios tanto de forma cuantitativa como cualitativa.

Elizalde (2004) subraya este hecho e indica que es fundamental determinar de qué modo y quién podría activar la crisis. Para hacer un escenario de activación de la crisis debería pensarse en tres cosas: los *issues* sensibles para la organización, las relaciones de incertidumbre y de conflicto más probables para usted; y los contextos o circunstancias futuras que pueden presentarse.

Las crisis, tanto internas como externas; anunciadas o explosivas; políticas, empresariales, de salud, etcétera, pueden ser bien o mal manejadas pasando por diversos niveles que van desde lo pésimo a lo excelente. Un mal manejo, que llegue a ser calificado como pésimo, puede hasta provocar el cierre, la quiebra o desaparición de la organización. Pero en el caso contrario un buen manejo podría ser la mejor publicidad,

el mejor *marketing* para que se le conozca como un organismo serio, fuerte, con atención y resolución efectiva de las situaciones críticas que enfrenta.

A partir de lo que se ha señalado anteriormente, en las crisis se generan estrategias en las que intervienen diversos actores, por lo cual Elizalde indica que “la crisis es una situación que está definida por cuatro variables: 1) el entramado de relaciones de poder entre los agentes que están implicados en cierta actividad; 2) el tiempo reducido que el afectado de una crisis siente que tiene para solucionar el problema en el que se encuentra; 3) el alto grado de compromiso emocional que esta situación de gravedad y urgencia le provocan; y 4) menor grado de control sobre su propio comportamiento –o sobre el de otros implicados– para solucionar el problema que se identifica como el centro mismo de la crisis” (2004: 43).

Los medios de comunicación se presentan de forma implícita en cada una de las variables porque son uno de los principales agentes o actores que intervienen en la crisis y que hacen que ésta sea pública. Pero no solamente los medios intervienen en establecer el ¿en qué deben pensar? sus consumidores –en la crisis en cuestión–, sino además tienen la oportunidad de establecer el ¿cómo deben visualizar la crisis?. Los adjetivos o atributos que utilizan para transmitir la información a sus audiencias son características positivas o negativas respecto de los actores involucrados en la crisis.

En el caso Exxon Sítel (2002) destaca el control o rol que jugó la empresa durante la crisis ante los medios masivos de comunicación. Sin embargo, conforme la semana continuó los medios también usaron el incendio en la misma unidad *coker* cuatro meses antes, e incluso el incidente de 1989. Así que mientras los oficiales de Exxon lograron jugar un rol al encuadrar y formar la cobertura de los medios sobre el incidente, no fueron totalmente exitosos al establecer la agenda de los medios para el incidente. Al menos Exxon logró un balance en la cobertura de los medios a través de sus esfuerzos de comunicación y a lo mucho pudo haber evitado una segunda crisis causada por los temores de la comunidad por los peligros subsecuentes de la explosión. En términos del impacto de las relaciones públicas para la corporación, el manejo de Exxon sobre la explosión e incendio de agosto de 1993 reportado en este caso fue ejemplar. El equipo de relaciones públicas de la planta fue proactivo y responsivo para sus públicos relevantes al usar una comunicación bilateral, su comunicación llenó los requerimientos para una crisis, y éstos también, en algún grado, ayudaron a establecer la agenda mediática en relación al incidente. Sobre todo, el estudio de Exxon ha mostrado el desempeño que siguió la empresa tras la explosión e incendio ocurrido en agosto de

1993 en la refinería de petróleo. Se llenaron las reglas conforme a las expectativas de crisis y de la comunicación bilateral, para enmarcar temas subsecuentemente dirigidos por los medios noticiosos. Aunque no perfectas, las acciones del vocero de relaciones públicas de Exxon en este caso mostraron preocupación corporativa no sólo de la imagen organizacional sino tres de sus más importantes públicos: los empleados de la compañía, la comunidad y los medios locales.

Pero los medios masivos de comunicación no son controlables o manejables en su totalidad, son actores externos, complejos que tienen rutinas y se manejan bajo criterios de noticiabilidad como tematización, personalización, negatividad y sorpresa (Donsbach 1995: 32) por lo que la prensa, como apunta Elizalde, “no es un agente que funciona o actúa en bloque; por el contrario, es un sistema complejo, de muchas partes o agentes que son contradictorios para el mismo sistema, que funcionan de un modo autónomo, pero con un alto grado de coordinación gracias a los criterios de noticiabilidad. Esto hace que la selección y la presentación de noticias esté bastante unificada entre periodistas y medios que no tienen nada que ver entre sí. En segunda instancia, la prensa ha ido ganando poder; es decir, ha ganado relevancia en la sociedad gracias a que cada vez todo lo que sucede debe pasar por su interpretación. Más aún, la prensa se ha transformado en la única mediadora de muchos acontecimientos graves para la sociedad actual; esta situación hace que la prensa, aunque lo niegue, tenga un poder social muy alto” (2004:149).

8. MÉXICO CONTEMPORÁNEO Y SUS MEDIAS

Las elecciones del 2 de julio de 2000 en México fueron un parteaguas en su historia moderna, por el cambio que se registró en el Gobierno Federal después de 71 años sin alternancia en la Presidencia de la República. Durante más de siete décadas el Partido Revolucionario Institucional (PRI), con sus diversos nombres, se mantuvo como único partido gobernante, siendo lo que el escritor Mario Vargas Llosa calificó como la “dictadura perfecta”, por el hecho de que solamente se registraban cambios en el nombre de los presidentes de México.

El poder conformado y alcanzado por el PRI en la época posrevolucionaria permitía acceder a la primera magistratura del país al que era designado como candidato por el Presidente de la República en turno. La dominación del PRI se inicia en 1929 bajo el nombre de Partido Nacional Revolucionario (PNR), a la sombra del Presidente Plutarco Elías Calles, quien logra unir a todos los grupos políticos y armados del país, después de la Revolución Mexicana de 1910.

En 1938 el PNR cambia de nombre por el de Partido de la Revolución Mexicana (PRM) bajo el gobierno del general Lázaro Cárdenas del Río, para dar cabida a los sindicatos y organizaciones de obreros y campesinos y proporcionarles cuotas de poder. En 1946, este partido vuelve a cambiar de nombre bajo la presidencia de Manuel Ávila Camacho, pasando a denominarse Partido Revolucionario Institucional (PRI), nombre que perdura hasta la actualidad. El principal cambio que presenta el partido es la entrada del sector popular (asociaciones civiles, ONG's, grupos cívicos, ciudadanos y organizaciones empresariales) por no tener cabida en los sectores campesinos y obreros. Estas incorporaciones se convierten en la base del partido por el amplio espectro social que lograba cubrir e integrar en sus filas y por el crecimiento exponencial del sector terciario que no había tenido cabida en el sector primario y secundario, base del PNR cardenista.

El triunfo obtenido del Partido Acción Nacional (PAN) y la consiguiente salida del PRI no se gestó en un corto espacio de tiempo como la precampaña o la campaña electoral. Las acciones generadoras del cambio que son multifactoriales se fueron gestando a través de diversos sucesos que tuvieron lugar durante más de tres décadas y

que introdujeron en la sociedad mexicana puntos claves, visibles y tangibles que permitieron, finalmente, esa gran modificación.

Las elecciones de 1988 fueron fundamentales dentro del plano político, electoral y partidista en México. En éstas por primera vez se registra un fuerte contrapeso para el partido gobernante, pero que nace de sus propias bases, una escisión del propio Revolucionario Institucional, que conforma el Frente Democrático Nacional, el cual sentaba sus bases en partidos de izquierda –con muy poca presencia y fuerza– encabezado por un grupo de exlíderes de primer nivel del propio Revolucionario Institucional, principalmente Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, hijo de un ex presidente de la República surgido del priismo; y Porfirio Muñoz Ledo, connotada figura priista y de la política nacional por su amplia carrera política y relevantes puestos en la administración pública nacional, siempre respaldado por el partido tricolor. En ese mismo año electoral, 1988, se empieza a registrar una disminución constante en el número de votos que obtiene en cada elección el PRI, además que se presenta una correlación con el aumento de sufragios para los partidos de oposición. Los cambios que experimenta el país a partir del cisma que sufrió el Revolucionario Institucional en 1988 son un efecto de bola de nieve que no se detendrá hasta el parteaguas acontecido en 2000.

Se deben resaltar otros grandes factores que funcionan como catalizadores, sin los cuales no se puede comprender un cambio de la magnitud que registró México en los principios del siglo XXI. El primer factor de gran envergadura en la época moderna, para el cambio que sufriría el país, se presenta en 1968, el cual se debe sumar a muchos otros acontecimientos que ha vivido el pueblo mexicano y que permiten dar un panorama y una explicación de lo que sucedió el 2 de julio de 2000.

Los puntos que se mencionan como los catalizadores que provocaron la alternancia en el poder se presentan desde décadas antes. Uno de ellos son las manifestaciones de 1968 –reprimidas por el Ejército Mexicano de forma brutal–, las cuales tienen su origen, principalmente, en las protestas que llevan a cabo trabajadores inconformes con la situación económica y política del país. Este movimiento, que se convierte en nacional, crece rápidamente, al unirse a los grupos de trabajadores el de los estudiantes de nivel medio superior y superior; así como por la proximidad de los XIX Juegos Olímpicos de 1968 en la capital mexicana. El evento deportivo proporcionaba una especial atención por parte de los medios de comunicación y en sí de la opinión

pública mundial hacia nuestro país. Estos reflectores buscaban ser aprovechados por los manifestantes, para dar a conocer el movimiento de inconformidad fuera de México.

El gobierno dirigido por Gustavo Díaz Ordaz, quien administra de 1964 a 1970, y en segunda instancia por el Secretario de Gobernación –Ministro del Interior–, Luis Echeverría Álvarez, minimizó el movimiento en un principio, pero al ver que éste crecía rápidamente y ante la cercanía de las XIX Olimpiadas, que como se señaló generarían una mayor cobertura mediática y por lo tanto visibilidad a nivel mundial a las manifestaciones, detiene el movimiento de una forma abrupta a través de una cruel represión por parte del Ejército Mexicano, resultando cientos de personas asesinadas, sin que hasta el momento se determine con exactitud el número de éstas; asimismo se registran cientos de encarcelados, presos políticos, quienes al salir de prisión se sumarán, principalmente, a partidos de izquierda.

En 1970 se presenta como candidato de unidad por el Partido Revolucionario Institucional el entonces Secretario de Gobernación –Ministro del Interior–, Luis Echeverría Álvarez. Como encargado de la política interna del país Echeverría estuvo relacionado de manera directa con la represión contra los estudiantes y trabajadores el 2 de octubre del 68. Echeverría Álvarez obtiene 84,42 por ciento de la votación²⁸ y gobierna en el sexenio de 1970-1976. El segundo partido más votado es Acción Nacional con solamente el 14,02 por ciento de los votos emitidos²⁹; los partidos de izquierda, recién salidos de la clandestinidad en la que se encontraban, obtienen el 1,4 por ciento. El gobierno de Echeverría Álvarez registra un nuevo movimiento estudiantil, el cual de nueva cuenta es reprimido de manera violenta. Se presenta el 10 de julio de 1971, en el cual el grupo paramilitar³⁰ “Los Halcones” disuelve la manifestación de estudiantes en la Ciudad de México. El resultado, un número indeterminado de muertos. Por la “dictadura perfecta” que vive México, las expresiones de desacuerdo respecto a la forma como concluyen las manifestaciones contrarias al gobierno son mínimas, y las pocas que se registran son calladas, por lo que existe una espiral del silencio. El control de la información en México es casi total, son pocos los medios que publican información en contra de los priistas. Una excepción es el diario *Excélsior*, encabezado por Julio Scherer García, con un periodismo crítico al gobierno de Díaz Ordaz y Luis

²⁸ En las elecciones inmediatas anteriores para elegir Presidente de México, en 1964, el PRI registra una votación de 87,77 por ciento, donde obtiene el triunfo Gustavo Díaz Ordaz.

²⁹ El Partido Acción Nacional registra una votación de 1,19 por ciento de los votos en la elección para Presidente de la República inmediata anterior, en 1964.

³⁰ Los grupos paramilitares son ex policías o ex miembros del Ejército que de manera clandestina realizan acciones de seguridad o se desempeñan como grupos de choque.

Echeverría Álvarez. Ejemplo de ello es la cobertura al movimiento estudiantil de 1968, al día siguiente de la matanza de estudiantes, 3 de octubre, en sus encabezados y entradillas:

“Excélsior: Recio Combate al Dispersar el Ejército un mitin de Huelguistas. 20 Muertos, 75 Heridos, 400 Presos. Fernando M. Garza, director de Prensa de la Presidencia de la República.

Novedades: Balacera entre Francotiradores y el Ejército en Ciudad Tlatelolco. Datos Obtenidos: 25 Muertos y 87 Lesionados: El Gral. Hernández Toledo y 12 Militares más están heridos.

El Universal: Tlatelolco, Campo de Batalla. Durante Varias Horas Terroristas y Soldados Sostuvieron Rudo Combate. 29 Muertos y más de 80 Heridos en Ambos Bandos; 1000 Detenidos.

La Prensa: Muchos Muertos y Heridos; habla García Barragán. Balacera del Ejército con Estudiantes.

El Día: Criminal Provocación en el Mitin de Tlatelolco causó Sangriento Zafarrancho. Muertos y Heridos en Grave Choque con el Ejército en Tlatelolco: Entre los heridos están el general Hernández Toledo y otros doce militares. Un soldado falleció. El número de civiles que perdieron la vida o resultaron lesionados es todavía impreciso.

El Herald. Sangriento encuentro en Tlatelolco. 26 Muertos y 71 Heridos. Francotiradores dispararon contra el Ejército: el General Toledo lesionado.

El Sol de México: Manos Extrañas se Empeñan en Desprestigiar a México. El Objetivo: Frustrar los XIX Juegos. Francotiradores Abrieron Fuego contra la Tropa en Tlatelolco. Heridos un General y 11 Militares; 2 Soldados y más de 20 civiles muertos en la peor refriega.

El Nacional: Ejército tuvo que repeler a los Francotiradores: García Barragán.

Ovaciones: Sangriento Tiroteo en la Plaza de las 3 Culturas. Decenas de Francotiradores se enfrentaron a las Tropas. Perekieron 23 personas, 52 lesionados, mil detenidos y más vehículos quemados.

La Afición: Nutrida Balacera provocó en Tlatelolco un Mitin Estudiantil.” (Poniatowska, 1971: 162-163)

Echeverría Álvarez concluye su mandato envuelto en actos de corrupción y abusos de poder, y con los últimos beneficios del denominado “milagro mexicano”, auge registrado en la economía nacional que es respaldado, fundamentalmente, por las

exportaciones de petróleo. Echeverría Álvarez, como sus sucesores, lleva a cabo lo que se conoce en la política mexicana como “el destape” o “el dedazo”³¹, que recae en su amigo de la infancia y de toda la vida, José López Portillo, quien continúa con la ya tradición de los gobiernos emanados del Revolucionario Institucional, de corrupción y abusos de poder. En las elecciones de 1976 el PRI alcanza la cifra récord de 91,90 por ciento de los sufragios emitidos, debido a que el Partido Acción Nacional (PAN) no presenta candidato a la Presidencia. Algunos partidos políticos minoritarios se suman y acogen como su candidato a López Portillo; por su parte, la izquierda mexicana obtiene solamente el 5,21 por ciento de los votos.

Durante los años de los gobiernos priistas los sufragios obtenidos por el Revolucionario Institucional provenían principalmente del voto corporativista, en donde los grandes sindicatos estaban bajo la tutela y protección del PRI, razón por la cual sus agremiados votaban a favor del citado partido. Por su parte, los partidos de oposición eran débiles y sin posibilidades reales de triunfo. El retiro del PAN de las elecciones de 1976, por falta de garantías, desemboca en 1977 en la promulgación de la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procedimientos Electorales (LFOPPE), en la que se establecía que los diputados de mayoría relativa serían 300 y se creaban 100 diputaciones de representación proporcional, lo que permitía, por primera vez, el acceso a los partidos de oposición para estar representados en la Cámara de Diputados sin necesidad de obtener el triunfo a través del voto en los distritos electorales.

Los actos de corrupción en ese sexenio (1976–1982) alcanzan niveles de escándalo por el nepotismo que existe en el gobierno; es decir, por la colocación de familiares y amigos en puestos gubernamentales de alto nivel. El nuevo presidente, José López Portillo, da el golpe más grande a los medios de comunicación en la historia de México. Con la injerencia del gobierno, el periodista Julio Scherer García es expulsado el 8 de julio de 1976 de la dirección del medio escrito más importante en ese tiempo de América Latina, el periódico *Excélsior*. Por la información que presenta en su medio, la cual es objetiva, llega a ser contraria a los intereses del Gobierno Federal, por lo que se actúa en contra del diario y se designa a un nuevo director general, Regino Díaz Redondo, quien modifica totalmente la línea editorial del periódico, convirtiéndola en progubernamental.

³¹ El destape es conocido como la acción del presidente en turno de presentar a quien lo sucederá en el puesto. Este mote viene dado por el hecho de que el destapado por el Partido Revolucionario Institucional tenía garantizado el triunfo. Por dedazo es la misma acción, pero varía en el sentido de que refleja el poder absoluto del presidente para designar al que será el próximo gobernante, un rito en el cual el presidente en turno designaba a su sucesor.

De este acto, en septiembre de 1976 nace el semanario *Proceso*, encabezado por Julio Scherer; posteriormente se fundan otros medios de comunicación con los ex colaboradores de Scherer García, también expulsados de *Excélsior*, con lo cual germina una generación de periodistas comprometidos con la libertad de prensa, a pesar de que ésta es aún limitada y controlada fuertemente por los gobiernos priistas. López Portillo concluye, de la misma manera que su antecesor, su mandato con corrupción, abusos de poder y una grave devaluación de la moneda mexicana, el peso, el cual alcanza una depreciación de más del 50 por ciento, después de una estabilidad monetaria por más de 22 años. Antes de concluir su gobierno nacionaliza la banca, que se encontraba en poder de la iniciativa privada.

Continuando con el rito de los presidentes priistas, López Portillo designa como candidato del Revolucionario Institucional a su amigo Miguel de la Madrid Hurtado, quien gobernará de 1982 a 1988. Es el primero de los denominados “chicos de Harvard”, políticos que obtienen títulos de postgrado en escuelas del extranjero, principalmente en Estados Unidos. Alcanza el triunfo con 68,43 por ciento de la votación, una disminución de 23,47 puntos porcentuales en comparación con las elecciones presidenciales inmediatas anteriores. Su seguidor más próximo es de nueva cuenta el Partido Acción Nacional, que registró una votación de 15,8 por ciento; los partidos de izquierda obtienen la votación más alta registrada hasta esa fecha, 9,45 por ciento.

Ese sexenio está marcado por el surgimiento de las primeras instituciones que impulsarán los cambios para la conformación de una democracia en México, así como un cisma en el PRI, que deviene en su derrota en 2000. En ese sexenio también inician los cambios económicos profundos en México para dar una apertura total al sistema neoliberal que impera en el mundo, y que es impuesto por los organismos financieros internacionales: el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM), bajo el denominado Consenso de Washington.

Los primeros síntomas de los cambios democráticos que se avecinaban se registraron en el estado de Chihuahua, ubicado en el norte de México, frontera con los Estados Unidos de Norteamérica. En 1983, el Partido Acción Nacional “revigorizado y buscando hacer pagar a la elite política los agravios recibidos, gana las elecciones de Durango y Guanajuato, capitales de Estado y, lo más importante de todo, obtiene el triunfo en los 11 principales municipios del estado de Chihuahua que concentraban el 70 por ciento de la población de una entidad a la vez fronteriza, relativamente

desarrollada, se encontraba muy golpeada e irritada por la crisis económica y con alta concentración urbana” (Meyer, 1991: 7).

En 1984 se crean organizaciones no gubernamentales (ONG’S), como la Academia Mexicana de Derechos Humanos y el Centro de Derechos Humanos “Fray Francisco de Vitoria”; asimismo, aparece el periódico nacional *La Jornada*, con un carácter democrático y de centro-izquierda, integrado, principalmente, por los expulsados de *Excélsior* en el 76. Un acontecimiento que genera gran movilización de la ciudadanía de manera organizada y que además se le atribuye el desarrollo y crecimientos de las ONG’s en México es el terremoto del 19 de septiembre de 1985 en la Ciudad de México, donde miles de personas perecen a causa del sismo.

Ante el descalabro que sufriera el Revolucionario Institucional en las elecciones locales del 83, en el norte del país, en las elecciones locales inmediatas, tres años después, en 1986, el partido gobernante demostró que no estaba dispuesto a dejar espacios de poder político a la oposición. Molinar (1987) subraya que en 1986 el PRI recuperó el control de Chihuahua, pero a costa de su imagen nacional e internacional porque, entre otras cosas, las tendencias demoscópicas no correspondieron a los resultados electorales, lo que permite dar una base empírica a lo obvio: que fue un voto rural inflado por el fraude el que dio el triunfo al PRI sobre el PAN y ello fue posible gracias a la manipulación oficial del padrón de ciudadanos y del control gubernamental sobre las instituciones encargadas de la calificación de las elecciones.

El daño a la imagen del Gobierno Federal priista por fraudes electorales en 1986 provoca ese mismo año una nueva modificación a la LFOPPE. Se incrementa de nueva cuenta el número de diputados, continúan siendo 300 los diputados de mayoría relativa y aumentan 100 más los diputados de representación proporcional, para sumar 200 y un total de 500 legisladores, con lo que se buscaba disminuir el desequilibrio de representatividad y la mayoría absoluta del PRI en la Cámara de Diputados.

La imposición del modelo neoliberal registra un éxito a los ojos de la comunidad internacional al reducirse el papel económico y social del Estado, al avanzar en la privatización de empresas paraestatales y la apertura de la economía al mercado externo; pero al interior del país la situación se agravaba aún más, con daños a la economía de la población media y baja; “el costo social fue enorme, el gasto social se redujo, el salario perdió la mitad de su poder adquisitivo, el PIB se estancó, la inflación no se detuvo (en 1983 fue del 80 por ciento y de 159 por ciento en 1987) y crece la economía informal ante la imposibilidad de crear empleo” (Meyer, 1991: 14). Ante esta

grave situación económica en el interior del país, se firma el primero de la larga serie de acuerdos antiinflacionarios denominados Pactos de Solidaridad Económica, con lo que inicia la presencia continua y permanente de las crisis económicas en México.

Ante una situación de control casi total, antes de 1988, de los gobiernos priistas, las campañas electorales se realizaban con movilizaciones masivas en apoyo al PRI, principalmente a través de las corporaciones o sectores en los que aún se encuentra dividido el partido: obrero, campesino y popular. Esto permitía legitimar, aunque no del todo, los procesos electorales tanto interna como externamente; “las maquinarias electorales de las organizaciones sectoriales se encargaron de asegurar la movilización de los votantes y el control de las instancias encargadas de organizar *in situ* el proceso electoral mismo, en suma, eran ellas las que garantizaban la posición hegemónica del PRI” (Pacheco Méndez, 1991: 253); mismo uso que le daban a los medios masivos de comunicación en complicidad.

Aunado a la grave situación económica de la población, en 1986 el Partido Revolucionario Institucional registra en su interior una ruptura de gran envergadura, por la marginación que sufre una parte de su clase política. Internamente se crea la denominada Corriente Democrática (CD), encabezada por el ex gobernador del estado de Michoacán, Cuauhtémoc Cárdenas, quien además era hijo de un ex presidente de la República emanado del propio PRI y referente de la política nacional postrevolucionaria, Lázaro Cárdenas del Río, quien nacionalizó la industria petrolera mexicana el 18 de marzo de 1938. Dentro de los connotados priistas que conformaron la Corriente Democrática y que dejarían el partido tricolor estaba Porfirio Muñoz Ledo, ex secretario de Estado –Ministro– y ex presidente del Revolucionario Institucional. Ambos demandaban una disminución en el poder del Presidente de la República en la designación del candidato y en el propio partido. Para 1987, los líderes de la Corriente Democrática son expulsados del PRI, por lo que conforman el Frente Democrático Nacional en conjunto con las fuerzas políticas de centro-izquierda, hasta ese entonces marginadas, para apoyar la candidatura de Cuauhtémoc Cárdenas y Porfirio Muñoz Ledo para las elecciones de 1988, como aspirante a la Presidencia de la República y a senador por el Distrito Federal, respectivamente.

Ya sin la presión de la Corriente Democrática tras su expulsión, el Presidente Miguel de la Madrid contaba de nuevo con un poder absoluto, poderes metaconstitucionales para elegir a su sucesor; pero a pesar de ello, para buscar enfriar las solicitudes de apertura en la selección a los cargos de elección popular que iniciase

la Corriente Democrática, el PRI llevó a cabo un proceso interno con la presentación pública en agosto de 1987 de seis precandidatos, pero, según Smith (1989) fue para que los militantes del partido y la opinión pública en general expresaran sus preferencias. Sin embargo, esta modalidad del viejo ‘destape’ no pudo ocultar que todo el proceso se encontraba bajo el control presidencial, resultando elegido como candidato del Revolucionario Institucional Carlos Salinas de Gortari, Secretario de Programación y Presupuesto, quien fue el principal constructor de las reformas neoliberales en el sexenio de De la Madrid. A pesar del control que aún mantenía el presidente De la Madrid, existieron molestias en los precandidatos que no resultaron designados como sucesores.

El Partido Acción Nacional presenta para la elección presidencial de 1988 como candidato a Manuel J. Clouthier, quien es uno de los creadores de la denominada corriente “neopanista”, integrada por empresarios que no sólo se conforman con ser una oposición discreta, sino que buscan el acceso a los puestos de elección pública. De esta corriente surge Vicente Fox Quesada.

Las elecciones celebradas en 1988 vienen a ser las más competidas hasta ese momento en la vida moderna de México. El candidato del PRI resulta electo con la votación del 50,36 por ciento, que representa 20 por ciento menos que la elección anterior inmediata y una disminución acumulada del 40 por ciento en comparación con la elección de 1976, 12 años atrás. Esta disminución en la votación se debe a la presentación en el proceso electoral del Frente Democrático Nacional, compuesto por el Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional, Partido Social Demócrata, Partido Auténtico de la Revolución Mexicana, Partido Popular Socialista y el Partido Socialista de los Trabajadores, los que abanderaron al ex priista Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano como su candidato para la Presidencia de la República en 1988.

Cuauhtémoc Cárdenas alcanza la cifra récord para un partido de oposición, reconociéndosele el 31,12 por ciento de los sufragios emitidos, y desplaza como tercera fuerza al Partido Acción Nacional, que obtiene el 17,07 por ciento. “Por lo que se refiere al poder Legislativo, el partido oficial mantiene su mayoría absoluta en la Cámara de Diputados pero con la proporción más pequeña desde el surgimiento del partido (52 por ciento), y aunque en la Cámara de Senadores esa mayoría es aplastante, también ahí hubo cambio, pues con cuatro senadores de oposición se rompió el monopolio absoluto del cual disfrutó el partido del Estado en esa área desde su creación y por 59 años” (Meyer, 1991: 3-4).

El triunfo del priista Carlos Salinas de Gortari es fuertemente impugnado por la serie de irregularidades que se registraron en el proceso electoral. El entonces Secretario de Gobernación –Ministro del Interior–, Manuel Bartlett, es artífice de lo que posteriormente se conocería como “la caída del sistema”, deteniendo la contabilización de los sufragios para que el gobierno de Miguel de la Madrid pudiera modificar los resultados y dar el triunfo a Carlos Salinas. “Los observadores y analistas académicos del fenómeno electoral del 88 coinciden en subrayar la imposibilidad de saber, desde fuera del centro del poder gubernamental, cuáles fueron los verdaderos resultados electorales del 88, entre otras razones porque nunca se entregaron las actas de 24,643 casillas, que constituían el 45 por ciento del total, ni los legisladores priistas permitieron que se abrieran los paquetes electorales para enmendar la falla limpiando la elección” (Meyer, 1991: 8).

Asimismo, el autor (Meyer, 1991) señala que aun sin esas actas es posible concluir que el fraude electoral de 1988 fue masivo, producto de una operación de Estado, y que se llevó a cabo básicamente en las zonas rurales de ocho entidades, donde se encuentran los 58 distritos electorales, donde hay motivos para sostener que tuvieron lugar alteraciones mayores. Estas alteraciones pudieron o no modificar el sentido mismo de la elección presidencial –los cardenistas aseguran que el triunfo correspondió a su candidato y no a Carlos Salinas– pero de lo que no hay duda es que alteraron sustancialmente la composición de la Cámara de Diputados, pues de haberse anulado los 58 distritos bajo sospecha, el PRI hubiera sido minoría en esa institución.

Declaraciones del propio ex presidente de México, Miguel de la Madrid Hurtado, 18 años después de las elecciones de 1988, en 2005, señalan que el Revolucionario Institucional había perdido las elecciones presidenciales. En un noticiario de Televisa comentó: “Yo creo que esa fue la razón por la que el PRI perdió las elecciones del 88, o por lo menos perdió una gran parte del electorado al que estaba acostumbrado” (De la Madrid Hurtado, 2005: 1).

Los gobiernos de Estados Unidos, Cuba, Nicaragua y Japón, y de algunos países de Latinoamérica y Europa se pronunciaron rápidamente legitimando el triunfo del priista. El 13 de marzo de 2004, el influyente periódico *The New York Times* (2004) señaló en su editorial que el entonces Gobierno de Estados Unidos, encabezado por George Bush –padre–, apoyó el fraude electoral que se suscitó en México. La democracia mexicana podría haberse desarrollado más rápidamente si no fuera por la elección fraudulenta de 1988 y el respaldo acrítico de Washington a Carlos Salinas de

Gortari, concluyó. *El Times* (2004) además afirma que el presidente Salinas fue respaldado de manera incuestionada porque apoyó reformas de apertura de mercado, pero dejó un legado de privatizaciones corruptas, asesinatos políticos no resueltos y un colapso del peso que golpeó los salarios y los ahorros de la clase media mexicana. Los mexicanos tuvieron que pagar por esa hipocresía del norte de la frontera antes de proceder a comprobar, con la actual presidencia de Vicente Fox, que la estabilidad política, la democracia multipartidista y un mercado libre juntos pueden reforzarse uno al otro, como lo hacen en Estados Unidos.

Ante la fuerte deslegitimidad y debilidad con la que gobernaba Salinas de Gortari en los inicios de su administración, realizó diversas acciones, espectacularmente mediáticas, como la detención del poderoso líder de los trabajadores de la mayor empresa paraestatal, Petróleos Mexicanos (PEMEX), Joaquín Hernández Galicia, alias “La Quina”, en enero de 1989. De igual manera, inició una acción penal, en el mismo año, en contra de un miembro de una conocida familia empresarial, Eduardo Legorreta, por su presunta responsabilidad en la caída de la bolsa de valores en octubre de 1987. Al respecto, el diario español *El País* cabecea la nota: “nuevo golpe de Salinas a la corrupción financiera en México” (Caño, 2004). Los fuertes golpes mediáticos buscaban que la población lo acogiera como un gobernante que no solaparía la corrupción, emblema de los gobiernos priistas, así como recuperar la fuerza presidencial, por lo que estas acciones eran mensajes hacia los grupos de poder empresariales y políticos.

Al gobierno salinista se le atribuye el inicio de las denominadas consertaciones³², como búsqueda de acuerdos y de apoyos en los principios de su gobierno. “La presidencia buscó llegar a un entendimiento con la oposición que compartía su proyecto económico: el PAN, de tal manera que se hiciera cada vez más difícil una verdadera unidad de las oposiciones; el rápido reconocimiento de la victoria panista en Baja California en 1989 fue interpretado como el resultado de un acomodamiento exitoso entre la presidencia y la oposición de centro-derecha, situación que permitió aislar a la oposición que representaba el mayor peligro a la presidencia” (Meyer, 1991: 15). El reconocimiento del triunfo de Ernesto Ruffo Appel, abanderado de Acción Nacional, en las elecciones de Baja California en 1989, marcó un hito en la

³² Se acuñó el termino consertación o en plural concertaciones, a los acuerdos que se alcanzaba el gobierno de Carlos Salinas al otorgar beneficios, principalmente políticos, al Partido Acción Nacional. Posteriormente se generalizó el término en la política mexicana, utilizándose para cualquier acuerdo que se lograra entre partidos opositores a cambio de un beneficio. La palabra proviene de concertación, que el Diccionario de la Real Academia Española define como l. f. Acción y efecto de concertar (l pactar, tratar un negocio).

historia mexicana, al ser el primer estado gobernado por un partido diferente del PRI, siendo además la primer gran consertación de Salinas de Gortari.

De esta forma, el gobierno de Carlos Salinas hacía contrapeso y eliminaba a su principal rival, Cuauhtémoc Cárdenas, quien en ese mismo año formaba el Partido de la Revolución Democrática (PRD). El nacimiento del nuevo instituto político no fue nada agradable para el gobierno y su partido el PRI, pero tampoco para el propio PRD, al grado que su dirigente y el propio instituto político sufren una constante agresión a través de diversos medios masivos de comunicación, los que le generan una imagen y hasta un estereotipo de partido conflictivo, además de que son asesinados varios de sus militantes. Asimismo, el naciente PRD sufre el alejamiento de los pequeños partidos políticos que lo apoyaron en 1988.

El gran fraude electoral de 1988 genera una serie de cambios políticos de amplia envergadura, que permitirían con el tiempo el triunfo de un partido diferente del PRI en la Presidencia de la República. En 1990 se crea el Código Federal de Procedimientos Electorales (COFIPE) y desaparece la Comisión Federal Electoral (1951-1990), transformándose en el Instituto Federal Electoral (IFE), organismo que regulará los procesos electorales. El encargado, o quien encabeza el nuevo organismo electoral, es el Secretario de Gobernación –Ministro del Interior–, por lo que se mantiene la injerencia y control total del Gobierno Federal en las elecciones por desarrollarse en México.

En 1991, se presenta un movimiento cívico de gran magnitud, encabezado por Salvador Nava, del Partido Acción Nacional, quien compite por la gubernatura de San Luis Potosí, y pierde las elecciones por las irregularidades que se presentan. Ante el crecimiento del movimiento de los ciudadanos del estado de San Luis Potosí, que se amplía a otras entidades del país, se produce la renuncia del gobernador electo, Fausto Zapata, del Revolucionario Institucional. Lo mismo sucede en el estado de Guanajuato, en donde ante el triunfo con graves irregularidades del priista Ramón Aguirre Velázquez, éste renuncia, siendo sustituido por Carlos Medina Plascencia, del Partido Acción Nacional. En estas elecciones el abanderado del PAN es Vicente Fox Quesada, pero por las concertaciones se otorga la gubernatura interina al también panista Carlos Medina Plascencia.

Durante la administración salinista se acelera el adelgazamiento del gobierno, con la venta de las empresas propiedad de éste, la privatización de las paraestatales y se crean las condiciones para aumentar la inversión extranjera. El mayor ejemplo es la venta de la paraestatal Teléfonos de México (Telmex) a Carlos Slim Helú, quien

posterior a la compra de la empresa telefónica mexicana aparece entre los hombres más ricos del mundo según la revista *Forbes*, principalmente por las ganancias que obtiene de su empresa insignia Telmex. En 1992, el Presidente de Estados Unidos, George H. W. Bush; el de México, Carlos Salinas de Gortari; y el Primer Ministro de Canadá, Brian Mulroney, firman el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA, por sus siglas en inglés), que será puesto en marcha en enero de 1994.

La capacidad para gobernar y aglutinar a los grupos de poder de Salinas de Gortari hace posible que éste tome por completo las riendas políticas del país y, como sus antecesores, tenga la libertad de designar a su sucesor para la silla presidencial. Como su predecesor, éste lleva a cabo una supuesta elección interna en el PRI con la participación de siete precandidatos, siendo éstos: Manuel Camacho Solís, Pedro Aspe Armella, Luis Donaldo Colosio, Ernesto Zedillo Ponce de León, Patrocinio González Garrido, Emilio Gamboa Patrón y Emilio Lozoya Thalman. El ungido será Luis Donaldo Colosio Murrieta, quien acepta la precandidatura del PRI para la presidencia de la República el 28 de noviembre de 1993, y el 8 de diciembre toma protesta oficial como candidato del Revolucionario Institucional. En ese mismo año, 1993, nace el periódico *Reforma*, el 1º de noviembre, en el cual participan ex colaboradores del diario *Excelsior* de Julio Scherer.

En el Partido Acción Nacional también existen precandidatos, siendo éstos: Adalberto Rosas, Javier Livas Cantú, Diego Fernández de Cevallos, Ernesto Ruffo Appel y Carlos Castillo Peraza: El elegido de manera interna sería Diego Fernández de Cevallos. Por su parte, el Partido de la Revolución Democrática (PRD) presenta nuevamente a Cuauhtémoc Cárdenas para contender en las elecciones de 1994 para presidente de la República.

El último año del gobierno de Carlos Salinas, 1994, destaca por ser uno de los más cruentos en la historia reciente de México; se registra una gran descomposición social. El 1º de enero, día que inicia formalmente el Tratado de Libre Comercio con América del Norte, se ve opacado por un suceso que va a dar la vuelta al mundo, el alzamiento en armas del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), que ocupa siete poblaciones de Chiapas: San Cristóbal, Oxxuc, Altamirano, Las Margaritas, Chanal, Huixtán y Ocosingo. El Comité Clandestino Revolucionario Indígena – Comandancia General del Ejército Zapatista de Liberación Nacional– hace pública la 1ª Declaración de la Selva Lacandona, con la que declara la guerra al gobierno de Salinas de Gortari y anuncia su lucha por “democracia, libertad y justicia para todos”. Es

destacado el cerco de siete días que las fuerzas populares sostienen contra el cuartel militar de Rancho Nuevo. Con ello se resquebraja uno de los más mencionados cimientos de los gobiernos priistas, la paz social. El 12 de enero se registran marchas en la Ciudad de México en apoyo al EZLN. Salinas de Gortari ordena el cese al fuego unilateral del Ejército en Chiapas y nombra a Manuel Camacho Solís, quien fue precandidato del PRI, Coordinador para el Diálogo y la Reconciliación en Chiapas con el EZLN, lo que le permite establecerse en la agenda mediática, política y pública.

El tema de agenda de los medios es generado por la situación de Chiapas, la aparición del Ejército Zapatista. El nombramiento de Camacho Solís como coordinador de los diálogos provoca disgustos con el candidato del Revolucionario Institucional, Luis Donaldo Colosio, además de que la campaña política de éste no despegaba, siendo el tema de agenda el EZLN y las negociaciones encabezadas por Camacho Solís. Esta situación crea confusión entre los priistas, hasta llegar a presentarse el rumor de que Colosio Murrieta renunciaría a la candidatura del PRI para dejarla en manos de Manuel Camacho, situación que crece desmesuradamente, por lo que tiene que intervenir el Presidente de la República, Carlos Salinas, señalando: "Luis Donaldo Colosio es el candidato del PRI a la Presidencia y ganará las elecciones, por lo que ya no debe de haber confusiones. Que no se haga bolas nadie, el PRI tiene el candidato que lo llevará a la victoria democrática. El voto de los mexicanos hará triunfar democráticamente a Luis Donaldo Colosio" (Sotelo, 1994).

El 23 de marzo de ese año, Luis Donaldo Colosio, candidato del PRI a la presidencia, es asesinado en Tijuana, Baja California, durante la realización de un mitin electoral. El suceso no tiene comparación en la vida política de México; se decreta luto nacional, estado de emergencia y no abre la Bolsa Mexicana de Valores para evitar salidas masivas de los capitales al extranjero. Ante la proximidad de las elecciones, sin posibilidades de postergarlas y una efervescencia política creciente en el PRI por obtener beneficios, Carlos Salinas de Gortari designa por segunda ocasión a su sucesor, siendo Ernesto Zedillo Ponce de León, quien fungía como jefe de campaña del malogrado candidato presidencial, Luis Donaldo Colosio Murrieta.

Sólo dos días después del asesinato se registran las primeras menciones de quién será el candidato suplente y éstas se dan a través de filtraciones a la prensa extranjera, con una clara línea de apaciguar los destapes que se registraban en el interior del PRI, en las cuales se mencionaban a Ernesto Zedillo como sucesor de Colosio: "Ernesto Zedillo Ponce de León, quien dirigiera la malograda campaña Presidencial de Luis

Donaldo Colosio Murrieta, ha surgido como el favorito para sucederlo, señaló hoy aquí el diario *The New York Times*. La elección del director de la campaña, Ernesto Zedillo Ponce de León, de 42 años de edad, enviaría una clara señal de continuidad con las políticas del Presidente Carlos Salinas de Gortari” (García y Romo, 1994: 1). El 29 del mismo mes se hace oficial la designación del candidato suplente, “desde las 7:45 de ayer, los dirigentes de los tres sectores del PRI, la lideresa de los diputados priistas, varios Gobernadores y miembros del Gabinete se reunieron en privado con el Presidente Carlos Salinas en la residencia oficial de Los Pinos” (Solís, Medina, y Sotelo, 1994:1). En esa reunión, que después se conocería como el videodetazo, se presenta a Zedillo como el candidato suplente. “Un atril se colocó en la puerta principal del edificio sede del PRI, que da a la explanada, pero la dirigencia nacional del PRI se reunió en el Salón Presidentes, en donde a las 12:12 horas, Ortiz Arana anunció la nominación de Zedillo” (Solís, Medina, y Sotelo, 1994: 1).

El 12 de mayo de 1994 se registró el primer debate en la historia de México entre candidatos a la presidencia de la República, en donde participaron las tres principales fuerzas políticas de México, PRI, PAN y PRD. Las encuestas mencionaron que el panista Diego Fernández de Cevallos conquistó las simpatías del 66 por ciento de los ciudadanos que lo presenciaron. El priista Ernesto Zedillo recibió el apoyo del 23 por ciento de la audiencia, mientras que Cuauhtémoc Cárdenas debió conformarse con la simpatía de uno de cada diez ciudadanos (*Reforma*, 1994).

En las elecciones celebradas en julio el candidato sustituto del Partido Revolucionario Institucional, Ernesto Zedillo, triunfa con 48,69 por ciento de los sufragios, una leve disminución en comparación con las elecciones de 1988, de 1,67 por ciento; pero obtiene el mayor número de votos para un aspirante a la presidencia de la República, con más de 17 millones de votos. La oposición registra un cambio, las estrategias de desacreditar al Partido de la Revolución Democrática hacen efecto y su candidato, Cuauhtémoc Cárdenas disminuye a 16,59 por ciento en la elección de 1994, con lo que pasa a ser la tercera fuerza política. Por su parte, el Partido Acción Nacional recupera su posición de segundo partido más votado en el país, al obtener 25,92 por ciento de los sufragios, 8,85 puntos porcentuales más que en las elecciones presidenciales de 1988.

Los problemas en la etapa final del mandato de Carlos Salinas continúan; en septiembre de 1988 es asesinado José Francisco Ruiz Massieu, Secretario General del PRI; al igual que en el caso de Colosio, se crea una subprocuraduría especial para

investigar el caso, situación no prevista en la legislación mexicana. Ambas subprocuradurías especiales –casos Colosio y Ruiz Massieu– nunca llegan a resultados convincentes para la ciudadanía del país. México se inserta en un deterioro de sus instituciones políticas, con una falta total de credibilidad y enormes niveles de corrupción. En ese mismo año se realizan modificaciones al COFIPE y al organismo rector de las elecciones, el Instituto Federal Electoral (IFE); cambios que buscan darle un carácter ciudadano y disminuir con ello la intervención del gobierno, lo cual se verá reflejado hasta 1996; además se crea la Fiscalía Especial para la Atención de Delitos Electorales.

El cambio de gobierno priista se genera sin contratiempos, y Carlos Salinas deja la presidencia a su sucesor, Ernesto Zedillo Ponce de León, quien en el primer mes de su mandato (diciembre de 1994), enfrenta la crisis económica más severa del último medio siglo en México, que es denominada “el error de diciembre” y a nivel internacional causa el llamado “efecto tequila”; el peso se devalúa en más del 50 por ciento. Ante esta situación de alarma, el presidente estadounidense Bill Clinton promueve entre los organismos financieros internacionales un paquete de rescate de 50 mil millones de dólares para México. El gobierno de Ernesto Zedillo pone en marcha medidas de austeridad con un fuerte costo social y mantiene los lineamientos del FMI y BM de un neoliberalismo vorágine.

Esta crisis económica repercute en el ambiente político nacional, principalmente en el interior del PRI, al acusarse mutuamente el ex presidente de la República, Carlos Salinas, y el Ejecutivo Federal en turno, Ernesto Zedillo, de la responsabilidad del error de diciembre. Esta situación provoca una ruptura entre ambos y una efímera huelga de hambre y el autoexilio del ex presidente Salinas de Gortari.

Zedillo Ponce de León, al igual que su antecesor, hace uso del poder presidencial para lanzar mensajes a la clase política, a la empresarial y a la población en general de que su gobierno no permitirá actos de corrupción con la detención de Raúl Salinas de Gortari, hermano del ex presidente de México, quien es acusado de enriquecimiento ilícito y como coautor intelectual del asesinato del secretario general del PRI, José Francisco Ruiz Massieu, quien además fue su cuñado.

En 1995, los asesinatos impunes continúan; en el estado de Guerrero policías estatales matan a 17 campesinos, el 28 de junio. Conocido como “la masacre de Aguas Blancas”, el acto es presentado a través de la televisión, y la Comisión Nacional de Derechos Humanos emite una recomendación sobre el caso. El titular del gobierno de

Guerrero, Rubén Figueroa, renuncia al cargo. En ese mismo año se realizan elecciones extraordinarias en el Estado de Guanajuato, que es gobernado por Acción Nacional, siendo electo el también panista Vicente Fox Quesada, quien en 2000 se postularía como candidato del PAN a la presidencia de la República, obteniendo el triunfo.

Para 1996, ante las fuertes presiones de los partidos de oposición en el Congreso de la Unión, se lleva a cabo una nueva reforma electoral en el COFIPE que permite la creación de un Instituto Federal Electoral autónomo y totalmente ciudadano, con la participación de todas las fuerza políticas. Para el periodo 1997-2003 es nombrado José Woldenberg como Consejero Presidente del IFE; su antecesor fue el Secretario de Gobernación –Ministro del Interior–, Emilio Chuayffet Chemor, con lo que se termina la tutela del Gobierno Federal en el Instituto Federal Electoral. Esta amplia reforma permite que el 6 de julio de 1997 se lleven a cabo elecciones para elegir a Diputados Federales, en donde por primera vez en la historia de México el Partido Revolucionario Institucional pierde la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados. Ningún partido obtiene la mayoría, por lo que el PRI, así como el PAN y el PRD, deben negociar para llegar a acuerdos políticos.

Dentro de esas mismas elecciones, del 6 de julio de 1997, se elige, por primera vez al Jefe de Gobierno del Distrito Federal o de la Ciudad de México, donde el PRI pierde los comicios en la capital mexicana, triunfando el Partido de la Revolución Democrática y siendo su abanderado el dos veces candidato presidencial por ese partido, Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano. La izquierda crea así un bastión en la capital mexicana y en parte del centro del país.

El avance de los partidos de oposición se registra en todo el territorio nacional de la misma forma que se presenta la pérdida de poder del PRI. En ese mismo año se crea la Unión Nacional de Trabajadores (UNT), que se convierte en una alternativa al sindicalismo corporativo oficial que había sido un monopolio de la Confederación de Trabajadores de México (CTM), lo cual debilita aún más al Partido Revolucionario Institucional, que siempre mantuvo un poder absoluto en el sindicalismo mexicano a través de la citada confederación. Ese mismo año muere el dirigente y líder vitalicio de la CTM, Fidel Velázquez.

El 22 de diciembre de 1997 se registra una nueva matanza, ahora de indígenas, en el estado de Chiapas, donde se encuentran establecidas las bases del EZLN. En Acteal, son asesinados por grupos paramilitares 45 indígenas de la etnia tzotzil. En ese mismo año, Vicente Fox Quesada, siendo gobernador de Guanajuato, anuncia su

postulación como precandidato a la presidencia de la República por parte del PAN, en la cual trabajará en sus ratos libres; así inicia su campaña permanente con vista a las elecciones de 2000.

En 1998 el PRI y el PAN aprueban en el Congreso la conversión a deuda pública de los pasivos del Fondo Bancario para la Protección al Ahorro (Fobaproa), que es el rescate de los bancos y empresas de carácter privado que vieron dañado su patrimonio con el “error de diciembre”, lo que afecta la inversión pública y el desarrollo del país. El PRD califica esto como el fraude y robo más grande de la historia del país, ya que “en marzo de 1998, el saldo del fideicomiso superaba los 520 mil millones de pesos. Dieciséis meses después (julio de 1999), el IPAB, clon del Fobaproa, administra alrededor de 840 mil millones” (Martínez, 1999: 1). Las deudas contraídas por el gobierno y convertidas en deuda pública protegen los recursos de las familias más ricas del país y de los bancos, afectando a la clases media y baja por las deudas que deben pagar, llegando a perder muchas personas sus bienes.

A un año de concluir el mandato de Ernesto Zedillo, en 1999, y ante el adelanto de Vicente Fox con su precampaña, se crea un ambiente de efervescencia política en el país. En agosto, dentro del Partido Revolucionario Institucional, inician precampaña los aspirantes a la candidatura del PRI: Francisco Labastida Ochoa, Roberto Madrazo Pintado, Manuel Bartlett y Humberto Roque Villanueva, quienes estarán en precampaña durante 90 días. Como sus antecesores, Ernesto Zedillo, desde el poder que le confiere la presidencia, da línea para apoyar a Francisco Labastida Ochoa, quien resulta triunfador en las elecciones internas que se realizan el 7 de noviembre de ese año.

En septiembre, la Jefatura de Gobierno del Distrito Federal es ocupada por Rosario Robles Berlanga, tras la renuncia de Cuauhtémoc Cárdenas para competir, de nueva cuenta y por tercera ocasión, en las elecciones presidenciales como candidato por el Partido de la Revolución Democrática. Ese mismo año el Congreso de la Unión – Cámara de Diputados Federal y el Senado de la República– hace reformas a la legislación mexicana y ciudadaniza la Comisión Nacional de Derechos Humanos. En medio de impugnaciones, José Luis Soberanes, ex rector de la Universidad Nacional Autónoma del México (UNAM), se convierte en el primer *ombudsman* nacional elegido por el Senado para el periodo 1999-2004.

En el último año de Ernesto Zedillo los niveles macroeconómicos son positivos y generan confianza en el exterior, pero éstos continúan sin verse reflejados en los bolsillos de los mexicanos; la pobreza y la pobreza extrema siguen creciendo, así como

la desigualdad en los ingresos. El 1° de julio de 2000 entra en vigor la parte comercial del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, la cual incluye la Cláusula Democrática, que obliga a las partes a respetar los derechos humanos y la democracia. El 2 de julio se celebran las elecciones para elegir al Ejecutivo Federal, en las cuales el PRI, después de 71 años, pierde las elecciones presidenciales. Vicente Fox Quesada, candidato de la Alianza por el Cambio (integrada por el Partido Acción Nacional y el Partido Verde Ecologista), es electo presidente de la República. A través de un mensaje a la nación, el 2 de julio por la noche, el Presidente Ernesto Zedillo reconoce la victoria del candidato panista. En esas mismas elecciones el PRD conserva la jefatura de Gobierno del Distrito Federal con Andrés Manuel López Obrador. Ningún partido logra la mayoría absoluta tanto en la Cámara de Diputados así como en la Cámara de Senadores. Se genera un nuevo mapa político nacional, con la existencia de un tripartidismo. Se derrumba el partido con la mayor duración en el poder, 71 años de gobernar de forma ininterrumpida a una nación.

8.1. ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: PRD

Después del proceso electoral de 2000 para Presidente de la República, donde, como se comentó al inicio de este capítulo, gana por primera vez un partido diferente del PRI después de 71 años, la elección para el ejecutivo federal, celebrada en 2006, recoge una serie de características *sui generis* en la historia o para la historia de México, de las cuales destacamos: es la primera elección presidencial con un Ejecutivo Federal que no pertenece al PRI; el PRD encabeza las preferencias electorales durante más de un año con Andrés Manuel López Obrador (AMLO) como su candidato; el partido en el gobierno, Acción Nacional, ocupa el segundo lugar en cuanto a preferencias, muy por debajo está el otrora poderoso Revolucionario Institucional; se registra la intervención de diversos actores o poderes fácticos, principalmente, a través de los medios masivos de comunicación que hacen campaña a favor del partido en el gobierno, Acción Nacional y su candidato, Felipe Calderón Hinojosa, además de atacar de forma directa al abanderado del PRD, Andrés Manuel López Obrador por medio de miles de *spots* publicitarios en los media electrónicos (radio y televisión); es la elección con la mayor participación ciudadana y se registra una diferencia de solamente 0,56 por ciento entre el primer y segundo lugar, Acción Nacional y de la Revolución Democrática respectivamente; y por último decir que este proceso electoral se convirtió en el más cuestionado y polémico de la época moderna de México.

Al igual que Vicente Fox Quesada para la elección presidencial de 2000, en el proceso electoral de 2006, donde se renovarían de nueva cuenta el Ejecutivo Federal, Andrés Manuel López Obrador llevó a cabo desde la jefatura de Gobierno del Distrito Federal (2000-2005) más que una campaña anticipada, una campaña permanente, en búsqueda de la Presidencia de la República.

Los inicios políticos de López Obrador fueron en el Partido Revolucionario Institucional, del cual llegó a ser Presidente del Comité Ejecutivo Estatal en Tabasco en 1983, cargo al que renunció ese mismo año. Bajo el PRI desempeñó diversos puestos públicos. En 1988, López Obrador se suma a la Corriente Democrática, encabezada por Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano y Porfirio Muñoz Ledo, para posteriormente apoyar al primero en la candidatura para la Presidencia de la República ese mismo año y ser el candidato del Frente Democrático Nacional para gobernador en el estado de Tabasco. En 1994 por segunda ocasión se presenta como candidato al gobierno estatal de Tabasco ahora bajo el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y de nueva cuenta pierde la elección frente al aspirante del Partido Revolucionario Institucional.

De 1996 a 1999 Andrés Manuel se erige como presidente Nacional del Partido de la Revolución Democrática, lo que le permite un año después, en 2000, contender para Jefe de Gobierno del Distrito Federal en una elección interna frente a Demetrio Sodi y Pablo Gómez, quienes alegaban la viabilidad del tabasqueño para ser el abanderado perredista al no contar con los cinco años de residencia en la Ciudad de México que exige la legislación. En la elección del 2 de julio de 2000, López Obrador obtiene el triunfo con 37,7 por ciento de los sufragios, frente al 33,4 por ciento obtenido por el candidato de Acción Nacional, Santiago Creel Miranda. En ese mismo proceso electoral se registra el triunfo de Vicente Fox Quesada como Presidente de México.

El triunfo en el Distrito Federal le permite a López Obrador contar con una amplia cobertura mediática, que a juicio personal se puede resumir en tres: 1) Encabezar el Gobierno de la capital del país y de la ciudad con la mayor población. 2) Contar con recursos para publicidad gubernamental, que le permiten dar a conocer las actividades de su gobierno, que se circunscriben en la rendición de cuentas. 3) El asentamiento de los principales medios masivos de comunicación en la Ciudad de México. El punto uno por sí solo generaba una gran visibilidad, los medios presentaban de forma constante las acciones del gobernante de la capital mexicana, lo que generaba que fuera visto como un aspirante natural para la Presidencia de la República. “De esta forma, López Obrador comenzó a obtener altísimos niveles de aprobación entre los habitantes del Distrito

Federal, quienes en su mayoría lo percibían como un gobernante trabajador, honesto y cercano a la gente más humilde. Sin embargo, políticos opositores y líderes de opinión mostraban su preocupación ante el posible ascenso de un líder mesiánico y populista, que asemejaba en sus actitudes a otros políticos latinoamericanos como Hugo Chávez o Alberto Fujimori” (Rodríguez Doval, 2008: 76).

La cobertura mediática hacia López Obrador por lo anteriormente señalado le permitió darse a conocer ampliamente en todo el territorio nacional. Con miras al proceso electoral de 2006, Andrés Manuel aparecía en diversos estudios demoscópicos como el aspirante más conocido por la población, así como el que contaba con mayores posibilidades de triunfo en la carrera presidencial.

En cuanto a las encuestas, desde 2005, así como en las primeras de 2006, éstas presentaban a Andrés Manuel como el aspirante mejor posicionado para las elecciones presidenciales de ese año. Los estudios demoscópicos de abril y mayo de 2006 presentaron a Felipe Calderón del PAN por arriba del perredista. Para junio de 2006, de 12 encuestas publicadas, 9 daban como ganador a López Obrador; 2 a Calderón Hinojosa y 1 registraba empate. El gran posicionamiento que alcanzó AMLO en las agendas pública, mediática y política lo convirtió en el candidato a vencer, no sólo durante 2005 y 2006, sino desde su inicio como Jefe de Gobierno del Distrito Federal.

Rodríguez (2008) explicaba que el 9 de enero arrancó formalmente la campaña presidencial. Las encuestas publicadas en esos momentos mostraban los siguientes datos:

Encuestas electorales 2006

Cuadro No. 5

Algunas encuestas al inicio de la campaña presidencial de 2006

	Reforma	Consulta Mitofsky	Parametría	El Universal	GEA – ISA
Andrés Manuel López Obrador	40	39	39	40	35
Felipe Calderón	30	31	30	33	35
Roberto Madrazo	26	29	29	26	29
Otros	4	1	2	1	1
Fin del levantamiento	15 de enero	16 de enero	18 de enero	23 de enero	23 de enero

Fuente: Chachalacas, encuestas y empleo: breve recuento de la campaña presidencial de 2006. www.fundacionpreciado.org.mx. 2009

En la administración de López Obrador como Jefe de Gobierno capitalino se registró un hecho fundamental en la vida política del tabasqueño, la discusión y el retiro de su fuero constitucional, situación en la que intervinieron los más diversos actores de los diferentes sectores, políticos, empresariales, eclesiásticos, educativos, mediáticos, entre muchos otros; además que se registró el involucramiento de la población mexicana.

El desafuero de AMLO era un tema de discusión prioritario en las tres agendas: política, mediática y pública durante 2004 y 2005; ello alcanzó el clímax en abril de 2005, cuando la Cámara de Diputados decide llevar a votación, ante el pleno legislativo, el retiro o no de la inmunidad judicial del gobernante de la Ciudad de México. El tema del desafuero sería utilizado por Andrés Manuel y sus simpatizantes como protagonistas, para obtener beneficios para el Jefe de Gobierno en sus aspiraciones a la Presidencia de México; y por sus adversarios, los antagonistas, para afectarlo, lo más posible, en la carrera presidencial.

8.2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO

El cambio que registró México en 2000, a través de unas elecciones competidas y con una gran participación ciudadana, provocó la apertura hacia la vida democrática, la cual no era posible sin la participación de los medios de comunicación al tener la posibilidad de presentar de una forma más abierta y libre las diferentes opciones partidistas. Los medios fueron un gran catalizador para la transición política de forma democrática; la relajación en los controles del gobierno sobre los medios de comunicación permitió hacer un trabajo un poco más abierto y comprometido con la ciudadanía, lo cual se ve reforzado con el triunfo de partidos diferentes al PRI, lo que permite una alternancia en los puestos de elección popular.

Uno de los principales acontecimientos en la libertad de expresión en el México moderno y que genera la denominada diáspora del periodismo mexicano (Lawson, 2002) es la expulsión de Julio Scherer García de la dirección general del diario más influyente de Latinoamérica en la década de los setenta, *Excélsior*³³, que se registra el 8

³³ *Excélsior* es el segundo periódico más antiguo de México en circulación, fundado en 1917 por Rafael Alducín. En abril de 1932 se convirtió, por los problemas económicos que arrastraba, en una cooperativa. “Al tiempo que se promulgaba la Constitución de 1917 nacieron los periódicos modernos de México: *El Universal* y *Excélsior* en la capital, en 1916 y 1917, respectivamente, y en Guadalajara en 1917, *El Informador*”. (García Rubio, 2013: 67)

de julio de 1976. Lawson indica que fue orquestada por el propio Gobierno Federal, “el acoso oficial comenzó en serio en 1971, que culminó con la expulsión orquestada por el gobierno hacia Scherer y su cohorte de colaboradores cinco años después. En una reunión de la cooperativa el 8 de julio de 1976, en la cual los principales editores de *Excélsior* fueron relevados de sus puestos, y un equipo, a favor del gobierno, más flexible, se instaló en su lugar. Más de 200 empleados, incluyendo 150 miembros del personal de noticias, renunciaron en protesta” (2002: 68). La destitución de Scherer de *Excélsior* se debió a dos motivos: 1) la afectación de los ingresos del periódico y por lo tanto del futuro económico de los miembros de la cooperativa por el retiro de la publicidad gubernamental y de la iniciativa privada; y 2) la invasión de los terrenos Paseos de Taxqueña, en la Ciudad de México, por parte de campesinos, movilizados por el gobierno federal, que eran propiedad de la cooperativa, con lo que se veían afectados los intereses económicos del personal de *Excélsior*.

Catalogado como el diario más influyente de México en la época, la dirección de Julio Scherer en *Excélsior* presentaba la realidad de México que era ocultada o no publicada por el resto de los media. En sus páginas se presentaba la verdadera pobreza de México; se dio apertura a la sociedad civil en sus páginas; a intelectuales, a miembros de la oposición, presos políticos, entre otros, quienes escribían en sus páginas para presentar al otro México, el cual se encontraba fuera de la agenda mediática, política y por lo tanto de la pública. Lawson subraya que “en contraste con el mito oficial de progreso social fomentada por los líderes de México, bajo la dirección de Scherer, *Excélsior* adoptó un tono más sensacionalista. Como lo relatan los observadores de ese entonces, en el período de 1966 a 1968 que fueron los dos primeros años en que Julio Scherer se hizo cargo de la gestión de *Excélsior*, éste introdujo una dimensión social en la cobertura de los asuntos políticos y económicos. Hizo que los mexicanos descubrieran la existencia de un México pobre” (2002: 68).

“Del grupo original que salió de *Excélsior*, unos cuarenta trabajadores se mantuvieron con Scherer. Esta tripulación posteriormente se convirtió en el núcleo de uno de los periódicos más exitosos de México. El 19 de julio de 1976, sólo seis semanas después de su expulsión, el grupo llevó a cabo una reunión de 2,000 inversores potenciales en el Hotel María Isabel de la Ciudad de México para reunir el capital económico necesario para un nuevo proyecto periodístico. Para el 2 de agosto, se había creado una agencia de noticias (APRO) y se iniciaron los planes para una nueva

publicación: *Proceso*. El primer número de la revista apareció el 6 de noviembre de 1976, y pronto se convertiría en la principal revista de noticias del país" (Lawson, 2002: 68).

Además de la fundación de la revista *Proceso*, algunos colaboradores de Scherer instituyeron otros medios. Manuel Becerra Acosta, junto con Carlos Payán Verver y Carmen Lira Saade fundan el 14 de noviembre de 1977 el periódico *unomásuno*, que se convertiría en un referente del periodismo en lo que resta de los setenta y parte de los ochenta. La época dorada de *unomásuno* se vería fuertemente afectada en 1984 con la salida de más de 80 trabajadores, 22 de ellos provenientes de *Excélsior* y encabezados por Payán Verver y Lira Saade, quienes, por diferencias con Becerra Acosta, dejan *unomásuno* y fundan *La Jornada* el 19 de septiembre de 1984. Otros dos medios escritos de gran envergadura en México que nacieron de la diáspora de *Excélsior* son: *Vuelta*, del mexicano Octavio Paz, premio nobel de literatura en 1990; y *Nexos*, revista político-académica encabezada por el historiador Héctor Aguilar Camín.

Riva Palacio (2004) subraya que el golpe a *Excélsior* fue el detonador para la aparición de diversos medios de comunicación de un gran peso en la sociedad mexicana, primeramente *Proceso*, que abre el camino de un periodismo crítico, para después aparecer importantes diarios a nivel nacional, como *La Jornada* y más tarde *Reforma*. Para Lawson de los años 80's a los 90's es "cuando las publicaciones independientes surgieron y florecieron en México, suplantando sus contrapartes más formales y tradicionales, principalmente por la competencia de lectores, por lo que los periódicos cercanos al gobierno ampliaron su cobertura y dieron acceso a otros grupos, lo que permitió la presencia de medios más críticos al gobierno y por lo tanto menos apegados y dependientes del poder político. La apertura se genera en el resto de los medios masivos de comunicación, en el periodismo mexicano, al grado que la propia televisión mexicana empieza a dar acceso a grupos cívicos, a los partidos de oposición, lo cual también se registraba en la época electoral y una mayor cobertura a investigaciones de escándalos potenciales" (2002: 1).

Un segundo ataque al periodismo mexicano en la época moderna se registró en la administración del Presidente José López Portillo (1976-1982), quien declaró que su administración ya no se anunciaría en publicaciones consideradas hostiles al gobierno, para lo cual usó la frase ya legendaria que se le atribuye: no pago para que me peguen. El blanco principal del presidente de México era la revista *Proceso*, que fue conducida cerca de la bancarrota y obligó a despedir a más de 30 empleados. Este hecho provocó

que la revista de Scherer García buscara y consiguiera mantenerse principalmente por las ventas y suscripciones, así como por la publicidad comercial, al grado que actualmente depende de sus ventas en un 80 por ciento, lo que le permitió ser una revista prácticamente independiente.

Lawson subraya que “los cambios en la cobertura que llevan a cabo los mismos medios ejercen una poderosa influencia en la política y en las transiciones políticas. En México, por ejemplo, publicaciones independientes se negaron a jugar el papel de escribano oficial de la élite política, volviendo su atención en cambio a las organizaciones cívicas de nueva formación. A partir de mediados de la década de 1980, la atención mediática ayudó a legitimar estos nuevos grupos mediante el desarrollo de un nuevo vocabulario para describir el contexto político mexicano. Por tanto, la apertura de medios contribuyó al resurgimiento de la sociedad civil durante las primeras fases de la transición política de México. Incluso los medios de difusión, encerrados en la competencia por la cuota de mercado, comenzaron a cubrir los acontecimientos políticos potencialmente impactantes” (2002: 6).

Los medios masivos de comunicación juegan un papel fundamental en las democracias modernas subraya además que “sin una prensa relativamente diversa e independiente, es difícil ver cómo los ciudadanos pueden adquirir información suficiente para tomar decisiones políticas significativas o tener representantes en los gobiernos responsables de sus decisiones. Si la información en la que los ciudadanos basan sus actitudes políticas es censurada o distorsionada, hace difícil una evaluación adecuada de la toma de decisión oficial, y la propia opinión de las masas parece cada vez más manufacturada” (Lawson (2002: 1).

La apertura de los medios en México a la oposición o a los grupos fuera del gobierno en los años noventa, no solamente se registró en época no electoral, la apertura llegó en los procesos electorales, lo que permite triunfos de la oposición, principalmente en las elecciones legislativas de 1997, lo que desembocó en un cambio en la política y en las elecciones del país. Sin duda alguna la apertura mediática en México, en casi todos los medios masivos de comunicación, se debió a los propios intereses mercantilistas de éstos, los que vieron en la oposición un cliente más. Emilio Azcárraga Milmo, presidente de Televisa, la principal televisora del país, el 10 de febrero de 1993 declaró, en un discurso improvisado, cuando celebraba el éxito de la telenovela “Los ricos también lloran”, que eran soldados del PRI y del presidente; dos años después, en 1995, Azcárraga Milmo cambió la frase y comenta únicamente ser soldado del

presidente. Fernández y Paxman (2000) señalan que en los noventa Emilio Azcárraga inició una serie de relaciones con políticos de oposición, como Carlos Castillo Peraza, mentor de Felipe Calderón, ex presidente de México.

Uno de los hombres más poderosos de México y dueño del emporio más importante de televisión en Hispanoamérica, percibe que la permanencia política del Revolucionario Institucional no sería de por vida, a pesar de que gobernaba ininterrumpidamente desde 1929. La alternancia en una gubernatura, que se registra por primera vez en 1989, la de Baja California ante Acción Nacional, daba vistos de la existencia de otros partidos políticos que podían gobernar, por lo que tendrían a su cargo recursos y la posibilidad de contratar espacio en los media. Cabe recordar que para 1997 el PRI pierde por primera vez la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados y la Jefatura de Gobierno del Distrito Federal; y en 2000 en la Cámara de Senadores y la Presidencia de la República.

A este respecto Lawson asegura que la apertura de los noventa registrada en los medios masivos de comunicación se vio reflejada en una cobertura más equitativa hacia los partidos políticos durante las campañas electorales; ello “contribuyó a la victoria de la oposición en las elecciones legislativas intermedias de 1997. Las repercusiones de los medios de comunicación más equitativos continuaron para hacerse sentir en las elecciones presidenciales de 2000, en la que el candidato opositor, Vicente Fox, finalmente derrota al PRI” (2002: 6).

El control total, durante muchos años, de los medios masivos de comunicación por el Estado mexicano y por el Partido Revolucionario Institucional se lograba a través de diversos mecanismos. En la radio, el Gobierno Federal solamente entregaba y ratificaba las concesiones de radiodifusión a sus conocidos y a los aliados al partido en el gobierno. Lo mismo se registraba en la televisoras, que llevaban a cabo una cobertura en pro del gobierno. Además del control de las concesiones, en los medios electrónicos los gobiernos priistas proporcionaban grandes apoyos a través de la publicidad gubernamental, lo cual hacía y hace posible la existencia de los medios masivos de comunicación en México sin necesidad de otro ingreso, situación que se mantiene en muchos medios hasta la actualidad, principalmente los que se encuentran fuera de la capital mexicana.

Lawson destaca que “la cobertura de noticias de Televisa fue particularmente oficialista en el sentido *agenda setting*. En lugar de los mítines, huelgas o manifestaciones, Televisa tendió a concentrarse en los informes de las comisiones de los

líderes ciudadanos, los comentarios de los expertos en política, pero siempre a favor del gobierno [...] El efecto neto de dicha cobertura fue que la agenda pública de México se encontraba en las oficinas del gobierno y se difundía a las masas por una prensa cautiva” (2002: 50).

El control de los medios electrónicos fue desde sus inicios. Carreño indica que “desde la aparición, hace 50 años de la televisión privada en México, –ésta– nace en medio de una espesa confusión de intereses, que marcan, desde sus primeras horas, sus pautas de subordinación al poder. En tanto el régimen de concesiones concentra en el Ejecutivo la facultad de otorgarlas y revocarlas discrecionalmente, fruto genuino del modelo mexicano de control de los medios y de las complicidades propias del complejo político-empresarial (o burocrático-empresarial) que regirá desde entonces la actividad de los medios electrónicos, la primera concesión televisiva otorgada por el presidente Miguel Alemán es XHTV Canal 4, a nombre, en un primer momento, de interpósita persona, pero muy pronto inscrita en la lista de bienes de su legendario patrimonio personal y familiar. Para mayor confusión de intereses, el canal empezaría sus emisiones con el mensaje anual del presidente Alemán, su informe al Congreso de 1950, mientras sus equipos y oficinas se alojaban en un edificio público, el de la Lotería Nacional. A la postre, ésta fue la semilla de lo que iba a ser el gran imperio privado de televisión mexicana del siglo XX, tras la asociación de la familia Alemán, representada por la familia O’Farril, con la familia Azcárraga” (2015: 1).

La agenda de los medios se encontraba prácticamente controlada por el Gobierno Federal. La agenda política, pero únicamente la agenda del Estado mexicano, era la que se imponía en la agenda mediática y por lo tanto era la que se transmitía y se establecía en la opinión pública mexicana. Las principales fuentes de información eran los escogidos por el propio Estado, quienes ingresaban y engrosaban los espacios informativos de los medios, “las fuentes oficiales ayudaban a asegurar que los eventos se enmarcaban de la forma que el gobierno y el partido querían” (Lawson, 2002: 50).

El control hacia las televisoras es tal que “Televisa tradicionalmente mantiene una lista de dos o tres docenas de ‘vetados’, personajes, principalmente figuras de la oposición, de la izquierda, que no pueden ser entrevistados por los periodistas de la compañía. Durante el gobierno de Salinas, por ejemplo, la lista incluía supuestamente al líder de la oposición izquierdista Cuauhtémoc Cárdenas; al depuesto líder del sindicato de Pemex, Joaquín Hernández-Galicia (también conocido como ‘La Quina’); al ex

alcalde de la Ciudad de México, Manuel Camacho Solís (después de su deserción del PRI en 1994), y a la activista de derechos humanos Rosario Ibarra” (Lawson, 2002: 52).

“Un ejemplo interesante de la sutil parcialidad de los medios ocurrió durante las elecciones presidenciales de 1994, que tuvo lugar en un ambiente de creciente inestabilidad política. A lo largo de la campaña, Televisa dio una cobertura copiosa a los casos de violencia política en otros países (entre ellos Guatemala, que pasa a bordear el estado turbulento de Chiapas). Estudios posteriores han dado credibilidad a la idea de que el miedo a la violencia fue un factor crucial en la generación de apoyo al PRI, siempre visto como un garante de la estabilidad política. En otras palabras, se llevó a cabo una acentuación selectiva de la amenaza de agitación y la elaboración de forma implícita de la elección en términos de ‘estabilidad’ frente a ‘la inestabilidad’, con lo cual Televisa ayudó a generar el apoyo electoral para el partido en el poder. Tal encuadre jugó especialmente bien en contra de la izquierda. La televisión mexicana y la propaganda oficial durante los años de Salinas habían intentado asociar en la mente del público a la izquierda mexicana con la polarización y la violencia” (Lawson, 2002: 55).

Los medios masivos de comunicación se encontraban controlados por los gobiernos priistas a tal grado que no solamente presentaban los temas de forma cuantitativa y lograban establecer el en qué pensar para sus audiencias, sino que influían y determinaban los atributos o características de la información, sus aspectos cualitativos; lo que les permitía establecer el cómo pensar en beneficio del pri-gobierno.

Lawson narra que “en la campaña de 1988, las compañías de radiodifusión al leer noticias sobre el partido en el poder tienden a ser entusiastas y respetuosas. Por el contrario, las noticias sobre la oposición eran leídas, por lo general, en un tono plano o sarcástico con pocas imágenes de apoyo favorables. En la televisión un ejemplo especialmente llamativo se produjo durante el período de cierre de campaña, cuando los candidatos tradicionalmente mantienen concentraciones masivas. Jacobo Zabludovsky, principal conductor del noticiero nocturno de Televisa –el de mayor *rating*–, describió un mitin de Salinas en Veracruz como “más que un acto político tradicional de esta noche [era] un espectáculo artístico, lleno de colores, calor humano y espontáneo. La manifestación en cuestión era ciertamente colorida, con bailes folclóricos locales. La recepción de Salinas había sido notablemente más cálida que en sus anteriores apariciones de campaña. Pero es difícil imaginar un evento con guion más cuidado y menos espontáneo que un mitin del PRI en el cierre de una campaña presidencial” (2002: 53).

“La contrapartida de la cobertura favorable al PRI fue la información despectiva hacia la oposición. Jacobo Zabludovsky como un simple observador describió la cobertura durante la campaña de 1988, ignoró a la oposición, a excepción de una ocasión, cuando la imagen del fallecido dictador italiano Benito Mussolini se superpuso al lado de la imagen del candidato de centro-derecha –Acción Nacional–, Manuel Clouthier, durante un discurso en la campaña electoral. Para el candidato de centro-izquierda, Cuauhtémoc Cárdenas, la información se presentó junto a fotografías de Fidel Castro, Salvador Allende y Nikita Krushchev, en el momento que Zabludovsky le preguntaba cuáles figuras históricas admiraba más Cárdenas. Ante tal situación, los dos candidatos de la oposición exigieron el mismo tiempo al aire como compensación por la cobertura sesgada del principal conductor de Televisa. La televisora no reconoció el hecho, y los medios impresos ignoraron la historia después de un día” (Lawson, 2002: 53).

Uno más de los controles a través de los media durante los procesos electorales en México se realizaba por medio de las encuestas, las cuales si favorecían o presentaban un beneficio para la oposición no eran publicadas, lo que evitaba que pudría presentarse un efecto de apoyo o *bandwagon* en los electores; además que permitía que la victoria del PRI fuera más creíble en la opinión pública, principalmente si se registraba un resultado con pocos puntos de diferencia. Esta situación fue aprovechada en las elecciones para presidente de la República en 1988, con la caída del sistema y en la cual los medios masivos de comunicación respaldaron de inmediato y dieron como ganador a Carlos Salinas de Gortari, lo que disminuyó la suspicacia y la sospecha de un fraude por parte del gobierno priista.

La tendencia informativa a favor del partido en el gobierno durante los procesos electorales no solamente se llevaba a cabo en los medios electrónicos, los impresos también hacían uso de su capacidad para establecer los temas y darle atributos – encuadres– a favor de una parte, afectando a otra. El propio Lawson da a conocer un ejemplo del sesgo partidista de la prensa mexicana: “Durante el viaje de Cuauhtémoc Cárdenas a Veracruz en septiembre de 1993, los jefes locales del PRI pagaron a un grupo de travestis para abrazar y besar al líder de la oposición de izquierda. Fotografías y filmaciones del evento aparecieron posteriormente en la prensa local, así como en algunas publicaciones de la capital mexicana (por ejemplo, *unomásuno* y *Excélsior*), con el titular: ‘Las chicas de Cárdenas’. Las dos principales cadenas de televisión de

México cubrieron y transmitieron el incidente fabricado en sus principales programas de noticias” (2002: 53).

Para el control de los medios impresos el Gobierno Federal no podía hacer uso de las concesiones como en los electrónicos, ante lo cual tenía otros mecanismos que permitían evitar la existencia de una prensa escrita crítica. Los beneficios que podían llegar a recibir los medios impresos eran principalmente por la publicidad gubernamental, sin importar la circulación –las ventas–, ni la publicidad comercial. En las décadas de los ochenta y noventa la mayoría de los medios escritos se encontraban en dicha situación, al grado que Lawson subraya que “sólo alrededor de una docena de periódicos podría haber sobrevivido sin la ayuda directa o indirecta del gobierno” (2002: 33).

”La dependencia de la mayoría de los periódicos a la publicidad oficial, los hacía extremadamente vulnerables a las presiones del gobierno. No es sorprendente que el gobierno utilizara con frecuencia su amplio presupuesto de publicidad para castigar publicaciones independientes y recompensar a las simpatizantes. Uno de los episodios más célebres se produjo el 7 de junio de 1982, cuando el presidente López Portillo anunció que el gobierno ya no se anunciaría en revistas consideradas hostiles al régimen. El régimen también empleó boicots parciales o selectivos contra el periódico de izquierda *La Jornada* en 1991 y 1994, la revista conservadora *Impacto* en 1986, y otras publicaciones. Durante el gobierno de Salinas, por ejemplo, Banamex retiró la publicidad de *El Economista* después de que el periódico criticó las políticas económicas del gobierno en su portada” (Lawson, 2002: 33).

Además de los apoyos que recibían los periódicos a través de la publicidad gubernamental, existían otros beneficios para los medios no críticos al gobierno, como condonación de impuestos, servicios públicos subsidiados, créditos a tasas preferentes, por abajo del mercado, acceso gratuito a la agencia de noticias gubernamental Notimex y principalmente el subsidio en el papel periódico a través de la empresa Productora e Importadora de Papel (PIPSA), corporación paraestatal que tenía el monopolio del papel periódico en el país; además que era imposible la importación del insumo.

Dentro de los ejemplos de beneficios exorbitantes por parte del Gobierno Federal a algunos medios impresos en México Lawson comenta que “el 8 de abril de 1986, el Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (Banobras) prestó a *Excélsior* unos 1.4 mil millones de pesos (más de \$1 millón de dólares) a tasa subsidiada para comprar una nueva máquina de impresión. Durante los primeros quince meses de su

calendario de pagos de dieciséis meses, *Excélsior* solamente realizó dos pagos mensuales. Sin embargo, a pesar del impago, el gobierno prestó a *Excélsior* otros 3 mil millones de pesos en julio de 1987. Para el 28 de febrero de 1992, el periódico debía unos 16 mil millones de pesos. Tres años después, la cooperativa firmó un pagaré por poco más de 16 mil millones de pesos. Con *Excélsior* en quiebra, esa suma es poco probable que se pueda devolver” (2002: 37).

Por si no era suficiente, los periodistas progubernamentales recibían mensualmente pagos en efectivo a través de dependencias del gobierno de forma encubierta, lo que en el argot periodístico mexicano se le denomina “chayote” o embute³⁴. Otra forma de ofrecer recursos fue a través de la compra de publicidad en revistas o periódicos de baja circulación, propiedad de periodistas, los cuales han sido creados expreso para ello; asimismo, se podía hacer la contratación de la pluma, o de un familiar suyo, como asesores en materia de comunicación o para el manejo de relaciones públicas, con lo que recibían un sobresueldo, sin importar la existencia de un conflicto de interés. La ampliación de apoyos a los periodistas connotados se ha mantenido hasta la fecha, ya sea por favores, contratación de familiares en puestos públicos o a través de sus empresas que ofrecen los más variados servicios, que son contratados de forma directa. Sin olvidar la entrega de los más diversos regalos, principalmente en fin de año y su onomástico, en el cual reciben diferentes obsequios, el precio de los cuales varía según el periodista de que se trate, a mayor importancia, mayor el costo del obsequio.

“El antiguo sistema de control en México sobre la prensa se basó en la corrupción generalizada de los medios de comunicación. Como resultado, la mayoría de las ocasiones los medios de comunicación tradicionales fueron sometidos a presión para dejar de investigar temas polémicos y publicar información sensible. Más bien, la mayoría de los editores, locutores, editores, reporteros y distribuidores mexicanos fueron parte del antiguo sistema de búsqueda de rentas, lo que les ha beneficiado, así como al liderazgo político del país” (Lawson, 2002: 48).

En caso contrario, los medios que no se alineaban a los dictámenes del gobierno eran fuertemente perseguidos, al grado de tener que cerrar o, en su caso, cambiar de

³⁴ En el libro *Los Presidentes*, Julio Scherer le pregunta al reportero Elías Chávez de *Proceso* su opinión sobre la práctica de recibir dádivas o dinero por el gobierno, a lo cual el periodista indicó: El chayote florece a su máximo esplendor desde que Gustavo Díaz Ordaz institucionalizó su irrigación. Mientras el entonces Presidente de la República pronunciaba un día de 1966 el discurso inaugural de un sistema de riego en el estado de Tlaxcala, entre los reporteros corría la voz: ‘¿Ves aquel chayote? Están echándole agua. Ve allá’. Allá, semioculto por la trepadora herbácea, un funcionario de la Presidencia entregaba el chayote, nombre con el que desde entonces se conoce el embute en las oficinas de prensa. Tan popular se volvió que su entrega dejó de ser oculta. (2012)

directiva ante el acoso y el poder de los gobiernos, no sólo priistas, sino también de Acción Nacional. Entre los casos más representativos y recientes en México, ya comentado ampliamente, se tiene el golpe a *Excélsior*, en 1976, por el Presidente Luis Echeverría Álvarez. En 1982, con el Presidente José López Portillo tras la nacionalización de la banca, Alejandro Junco, editor de *El Norte*, sale del país con su familia por presiones del gobierno. El 30 de noviembre de 2006, día que dejaba la presidencia de la República el panista Vicente Fox Quesada y a un día que asumiera el poder Felipe Calderón Hinojosa, del mismo partido, se registra el cierre de transmisiones de la frecuencia 102.5 MHz, Grupo Monitor, de José Gutiérrez Vivó, el de mayor *rating* en la radio mexicana, por incapacidad de pago a sus acreedores y empleados. El propio Gutiérrez Vivó, en una entrevista con Carmen Aristegui, indicó que se le retiró toda la publicidad gubernamental y comercial por un boicot del gobierno federal panista, lo que provocó caer en impago a la empresa de medios MVS y al Grupo Radio Centro; además de ser acusado de apoyar al Partido de la Revolución Democrática (PRD) y a su candidato presidencial Andrés Manuel López Obrador (Gutiérrez Vivó, 2006).

En una serie de entrevistas por parte de Carmen Aristegui a José Gutiérrez Vivó, en Aristegui CNN en español, el periodista es tajante y comenta que su salida de los medios se debió a que “el presidente Fox, su esposa Martha y apoyados por el señor Aguirre, entre los tres, apoyados por algunos jóvenes funcionarios, no querían la existencia de Monitor después de 34 años [...] porque estamos en el disque cambio y estamos en el momento de desaparecer espacios informativos verdaderos, no comprometidos, no comprados y lógicamente eso no gusta” (Gutiérrez Vivó, 2008-1: 1). “Hay un claro interés de la industria –de los medios– para que no existamos personas que surgimos del mundo de la información, ellos surgieron del mundo de la administración pura, de la contabilidad, de las ventas, y hoy son los que dominan la industria y no les interesa que el grupo de los informadores tengan la posibilidad de poseer empresas de comunicación” (Gutiérrez Vivó, 2008-1: 1). Años después, en 2015, la propia conductora Carmen Aristegui saldría del aire por su periodismo crítico hacia el gobierno.

Éste es el último gran ataque a la libertad de expresión en México, se registró el pasado 15 de marzo de 2015: sale del aire la periodista Carmen Aristegui de MVS Radio, en el momento en que su noticiario radiofónico era el de mayor *rating* en el país. La comunicadora presentó el 9 de noviembre de 2014 una investigación periodística

titulada y conocida como “La Casa Blanca de Enrique Peña Nieto” y su esposa Angélica Rivera, inmueble que fue adquirido por la constructora Higa, empresa que obtuvo cuantiosos y millonarios contratos en las administraciones de Peña Nieto, tanto cuando fue gobernador del Estado de México (2005-2011) como en la actualidad, como presidente de México (2012-2018), lo cual fue presentado por la periodista como un posible conflicto de interés.

Reporteros Sin Fronteras realiza anualmente un reporte sobre la libertad de prensa, en 2004 México se ubicó en el lugar 96 de 165 naciones; para el año 2005 bajó al ranking 135 del mismo número de países.

Clasificación de Reporteros Sin Frontera sobre la libertad de prensa 2002-2006

Cuadro No. 6

	2002		2003		2004		2005		2006	
	Puntos	Ranking	Puntos	Ranking	Puntos	Ranking	Puntos	Ranking	Puntos	Ranking
Portugal	1,50	7	5,17	28	4,50	25	4,83	23	3,00	10
Bolivia	14,50	48	9,67	51	20,00	76	9,67	45	4,50	16
Costa Rica	4,25	15	3,83	24	7,63	35	8,50	41	6,67	29
Panamá	15,50	49	9,75	53	14,50	61	15,00	66	9,50	39
El Salvador	8,75	33	6,83	37	6,00	28	5,75	28	10,00	41
España	7,75	29	7,67	42	9,00	39	8,33	40	10,00	41
Chile	6,50	24	6,83	37	10,00	42	11,75	50	11,63	49
R. Dominicana			17,00	72	6,25	31	12,25	51	12,75	52
Uruguay	6,00	21	4,00	25	10,00	42	9,75	46	13,75	57
Honduras			14,17	65	11,75	53	18,00	76	14,50	62
Ecuador	5,50	20	7,67	42	16,50	66	21,75	87	15,25	68
Nicaragua			6,50	34	11,67	52	15,25	68	15,50	69
Brasil	18,75	74	16,75	71	16,50	66	14,50	63	17,17	75
Argentina	12,00	42	15,17	67	21,33	79	13,67	59	17,30	76
Paraguay	8,50	32	7,17	40	10,50	46	15,50	69	18,25	82
Guatemala	27,25	83	30,84	99	16,50	66	21,50	86	21,25	90
Perú	9,50	36	10,25	55	40,00	123	33,33	116	28,25	112
Colombia	40,83	114	49,17	147	47,38	134	40,17	128	44,75	131
México	24,75	75	17,67	74	27,83	96	45,50	135	45,83	132
Cuba	90,25	134	97,83	165	106,93	166	87,00	161	95,00	165

Fuente: Medios de comunicación. El escenario Iberoamericano. *Tendencias '07*. (2007: 53)

Por el gran control en los medios masivos de comunicación por el Gobierno Federal, Lawson manifiesta que, “en general, el sistema de control de los medios de comunicación de México resultó muy eficaz en la producción de una prensa relativamente dócil y domesticada. Voces de la oposición rara vez parecían desafiar los paradigmas oficiales. Los abusos del gobierno siempre fueron ignorados, y el partido en el gobierno recibió una cobertura lujosa durante la temporada electoral. Así, el antiguo

régimen contribuyó a garantizar una cobertura positiva en tres sentidos: 1) el control oficial de la agenda pública, 2) el silencio selectivo en temas de especial vulnerabilidad para el gobierno, y 3) un sesgo partidista en favor del PRI durante las campañas electorales. Al mismo tiempo, sin embargo, el carácter flexible del régimen y la naturaleza sutil de la mayoría de las formas de control de la prensa dejaron algo de espacio para puntos de vista alternativos” (2002: 48).

En el proceso de consolidación democrática en México Pipa Norris (2002) subraya que los medios masivos de comunicación jugaron un papel fundamental al presentar las diferentes opciones dentro del mercado político mexicano. Los medios masivos de comunicación, tanto electrónicos como impresos, continúan con un férreo control, por lo que la mayoría son progubernamentales. La crítica en los media hacia el gobierno se presenta en pocos espacios y los que así lo hacen continúan siendo atacados desde diversos flancos para tratar que éstos cierren sus puertas.

Lawson (2002) destaca que solamente unos 20 periódicos y la revista *Proceso*, son autofinanciables y tiene una presencia permanente; el resto son esencialmente publicaciones fantasmas que sobreviven de los subsidios del gobierno o de donaciones de benefactores afiliados al partido en el poder. Como se indicó, *Proceso* es un ejemplo del periodismo independiente, que logró evitar la publicidad gubernamental y mantener su periodismo crítico y su independencia ante el Gobierno con la publicidad comercial, la cual representa casi el 80 por ciento de sus ingresos. Otro medio que ha logrado la captación de gran parte de sus ingresos por la publicidad comercial es el Grupo Reforma, primeramente a través de *El Norte* y después con el diario *Reforma*, editado en la capital mexicana. Ambos medios impresos, junto con *La Jornada*, inician modificaciones hacia un periodismo más independiente en México.

Las publicaciones con mayor independencia en México según el estudio de Lawson (2002) son: *Reforma* (Ciudad de México), *El Norte* (Monterrey), *La Jornada* (Ciudad de México), *El Financiero* (México), *El Diario de Yucatán* (Mérida), *Siglo 21* (Guadalajara), *El Imparcial* (Hermosillo), *La Crónica* (Mexicali) y *Zeta* (un periódico semanal con sede en Tijuana). En cuanto a los medios impresos tradicionalmente progubernamentales son: *Excélsior* (Ciudad de México), *El Informador* (Guadalajara), *El Occidental* (Guadalajara) y *Por Esto* (Mérida). Para el investigador algunos periódicos han caído entre las dos categorías, tales como: *El Universal* (México) y *El Porvenir* (Monterrey).

El tiraje de los medios impresos en México es difícil de conocer, debido a que, “de acuerdo con sus reportes, la prensa tiene tendencia a aumentar los datos de tirajes y circulación a fin de seducir a los anunciantes. Lo anterior significa que el tiraje no se ajusta a la demanda, sino a las expectativas de los anunciantes, propiciando que la prensa tenga grandes cantidades de devolución o pérdidas en impresión. De lo anterior se desprende que si la venta de ejemplares no es la principal fuente de ingresos, sí lo es la publicidad comercial y, a menudo también la gubernamental” (García Rubio, 2013: 69). Asimismo, Carreño señala que “únicamente un diario afirma certificar su circulación, y la ubica en alrededor de 130 mil ejemplares” (Secretaría de Gobernación, 2015), que es *El Universal*, el diario de mayor tiraje en México. Pero, según los datos manejados para el periodo de nuestro estudio la estimación es:

Estimación de las tiradas de la prensa en México 2004

Cuadro No. 7

Diarios	Ejemplares/día	Ámbito ¹	Tipo ²
<i>El Norte</i>	100.000	L	IG
<i>El Universal</i>	90.000	N	IG
<i>Reforma</i>	90.000	N	IG
<i>La Prensa</i>	90.000	DF	DP
<i>Tabasco Hoy</i>	60.000	L	IG
<i>Esto</i>	60.000	N	ID
<i>La Jornada</i>	60.000	N	IG
<i>Mañana</i>	50.000	L	IG
<i>Diario de Yucatán</i>	50.000	L	IG
<i>El Financiero</i>	30.000	N	IE
<i>El Dictamen</i>	30.000	L	IG
<i>El Debate</i>	30.000	L	IG
<i>La Crónica</i>	25.000	DF	IG
<i>Milenio</i>	25.000	DF	IG
<i>Mural</i>	25.000	L	IG
<i>El Economista</i>	15.000	N	IE
Total	830.000		

¹ Ámbito: N = nacional. DF = Distribución preferente en México DF. L = provincial, local. ² Tipo: IG = información general. IE = información económica. ID = información deportiva. DP = diario popular.

Fuente: Medios de comunicación. El escenario Iberoamericano. *Tendencias '07*. (2007: 40)

En la actualidad, el diario de mayor circulación en el país es *La Prensa*, siendo el único que reporta una circulación superior a 200 mil ejemplares, consignado 244 mil 299 copias. Fuera de este diario popular, de nota roja, 12 diarios dicen tener una circulación mayor de 100 mil ejemplares, entre ellos nuevamente destacan 4 diarios populares (*Metro*, *Ovaciones*, *Esto* y *El Universal Gráfico*), 3 de información general

(*Reforma, El Norte y La Jornada*), 3 gratuitos (*Más por Más, Publimetro y El Tren*) y 2 especializados (*El Financiero y Récord*) (García Rubio, 2013).

Sin entrar más en detalle, la prensa mexicana presenta poca venta, como lo menciona Trejo Delarbre (1990) que a partir de verificados la devolución de los diarios en el Distrito Federal es cercana, en muchos casos, al 50 por ciento (sin tomar en cuenta, en este cálculo, los ejemplares que se distribuyen a través de suscripciones). El resto, casi la mitad de la edición, se recoge, se empaca nuevamente y se vende como periódico viejo, para ser reciclado en las plantas de papel. A pesar de la poca circulación de los medios impresos, Lawson (2002) subraya que el papel que jugaron los medios impresos en la apertura democrática de México y en la libertad de expresión es muy grande, sin importar que solamente lleguen a un 10-15 por ciento de la población mexicana, debido a que los lectores son principalmente la elite y los tomadores de decisiones.

El medio de comunicación por excelencia en México –al igual que en casi todo el mundo– continúa siendo la televisión, principalmente por el número de receptores que se tiene en las casas mexicanas. Ibope (2008) indica que en 2005 el 98,4 por ciento de los hogares mexicanos contaban con por lo menos un aparato de televisión; en promedio cada hogar mexicano tiene por lo menos dos televisores. El televisor se mantiene encendido más de ocho horas por día; el consumo promedio por televidente es de cuatro horas con 19 minutos por día. Uno de cada cinco hogares cuenta con televisión de paga.

El tiempo dedicado a la televisión, en el año 2004 era de 8:31 horas de consumo promedio por hogar en México, por persona la media alcanzaba las 4:21 horas (Ibope, 2008: 28). La utilización promedio en las mujeres es de 4:35 horas, mientras que en los hombres es de 4:02; una diferencia de 33 minutos. Respecto al nivel socioeconómico los mexicanos menos favorecidos se mantienen más tiempo frente a un televisor; además que a mayor edad más consumo de ésta.

Estadísticas de la tecnología (Banco de México, 2005) en el país señalan que en 2004 existían en la República Mexicana 683 estaciones de televisión, divididas entre canales nacionales, repetidoras, televisoras locales y televisoras de los gobiernos estatales. En cuanto a la radio, se contabilizaban 1,429 emisoras en el país, divididas en estaciones frecuencia modulada (FM) y amplitud modulada (AM). El número de aparatos de radio en el país superaba más de 23 millones en 2005, el 92,2 de la población cuenta con un aparato receptor de radio.

El informe de "Open Society Foundation", señala que "en general, las principales fuentes de noticias e información en los medios tradicionales han permanecido estables. En México, 95,5 por ciento de la población ve televisión, comparado con 87,3 por ciento que escucha la radio y apenas 16,1 por ciento que lee un periódico. Existen razones sociales y económicas detrás de estas tendencias, como la falta de acceso a Internet de banda ancha en las zonas pobres, donde es más fácil y asequible consumir noticias a través de las señales de televisión abierta analógica. Según la encuesta anual de consumo de medios del diario *Reforma*, en el caso de la televisión, los programas de noticias son los preferidos entre los mexicanos, tanto en televisión (49,5 por ciento) como en radio (48,6 por ciento)" (Gómez y Sosa-Plata, 2011: 26 y 27).

Un punto que se debe destacar, el cual permite constatar la continuidad de los grandes apoyos a los medios progubernamentales, en los años más recientes, es el mercado de la publicidad, en donde el informe "Open Society Foundation" apunta que el "mercado total de la publicidad en México en 2009 generó 44.9 millones de pesos (3.4 millones de dólares), de los cuales 60 por ciento se destinó a los canales de televisión, principalmente Televisa y TV Azteca. Esta tendencia, según la consultora Price Waterhouse Coopers, está destinada a continuar en los próximos años, cuando se pronostica que el gasto en publicidad crecerá a una tasa media anual de 6 por ciento. Además de la publicidad comercial, TV Azteca y Televisa obtienen recursos mediante la publicidad gubernamental, que se distribuye de forma discrecional. En 2009, los gobiernos federal y estatales gastaron alrededor de 360 millones de dólares en publicidad en diversos medios de comunicación. Televisa y TV Azteca obtuvieron 14,38 y 10,5 por ciento de esa cifra, respectivamente" (Gómez y Sosa-Plata, 2011: 70 y 71).

Los apoyos de la publicidad gubernamental continúan, principalmente en la televisión al ser el medio de mayor consumo por los mexicanos, el cual se encuentra copado por el duopolio de Televisa y TV Azteca, que además son los grupos mediáticos que más dinero reciben por parte del gobierno, tanto federal como de los estados. A pesar de la fuerza de la televisión en México, los medios impresos cuentan con un consumo elevado en los sectores con un mayor nivel educativo y económico, así como las elites, quienes se enteran de los acontecimientos principalmente a través de los periódicos. "Los periódicos y revistas son ampliamente leídos por la elite de la nación,

incluidos los ‘líderes de opinión’ y tomadores de decisiones políticas” (Lawson, 2002: 62).

Respecto a la independencia de los medios impresos, ésta se basa, primordialmente, en dos factores: 1) el tiraje, que se fundamenta en la venta del impreso; y 2) la publicidad, los ingresos obtenidos por la venta de espacios del medio. Las tarifas de la publicidad de los medios escritos a su vez se sustentan, supuesta y principalmente, por el número de lectores a los que llega el medio, que es la venta del propio; así como en la influencia que tiene en su zona de cobertura, la cual podríamos denominar que es la capacidad que tiene de establecer su agenda –mediática– en la agenda pública y política.

Los medios masivos de comunicación en México, tanto electrónicos como impresos, continúan con un férreo control a través de la publicidad del gobierno, por lo que la mayoría son progubernamentales. La crítica en los media hacia el gobierno se presenta en pocos espacios y los que así lo hacen continúan siendo atacados desde diversos flancos, presentándose en los mismos medios que Lawson señala desde su estudio en los inicios del presente siglo.

8.2.1. La Jornada

“Considero a *La Jornada* el periódico más independiente de la historia”

Noam Chomsky (2014: 1)

En 1984 se funda el periódico *La Jornada*, sus directivos provenían principalmente del diario *Excélsior*, medio que sufrió la intervención del Gobierno Federal en 1976 provocando la expulsión de Julio Scherer García. De esta remoción se crearon diversos medios de comunicación, como la revista semanal de política *Proceso*, el periódico *unomásuno*, la revista *Vuelta* bajo la dirección de Octavio Paz, y posteriormente el diario *La Jornada*, que es fundado por Carlos Payán Vélver y Carmen Lira Saade, con carácter de cooperativa, con la razón social Demos, S.A. de C.V., el 19 de septiembre de 1984, el cual cuenta con una línea de centro-izquierda.

Es de resaltar la información que es presentada en el apartado de ¿Quiénes somos? dentro de la página web de *La Jornada*; el titular bajo el cual se publica es más que curioso: “La sociedad en el espejo de las princesas” (Lira Saade, 2015: 1), escrito por la actual directora del diario, Carmen Lira, quien hace una reseña de los primeros 20 años de la vida del periódico, documento que inicia señalando: “Las transformaciones

nacionales han sido tan vertiginosas y abundantes en estas dos décadas que no es fácil recordar la vida política y mediática del país en 1984, el año que nació *La Jornada*. No había por entonces en el país –salvo las excepciones de *Proceso*, el *unomásuno* y algunas publicaciones marginales– medios realmente independientes del poder. Una red de complicidades, sumisiones y conveniencias, hacia la prensa una parte orgánica del régimen” (Lira Saade, 2015: 1).

Destaca la directora del diario el control de los medios masivos de comunicación en México, “El accionista principal de Televisa se declaraba ‘soldado del PRI’ y no tenía más competidores que los canales del gobierno, cuyos directivos eran nombrados desde el despacho presidencial. Sólo unas cuantas estaciones radiofónicas ofrecían noticieros regulares y nadie soñaba con barras de análisis político ni resultaba imaginable la actual proliferación de locutores que no sólo critican al aire a funcionarios públicos sino que con frecuencia los amonestan y hasta los insultan. Los medios electrónicos de aquellos años no habían descubierto la potencialidad comercial de la política vista como producto de entretenimiento” (Lira Saade, 2015: 1).

Para Carmen Lira el país era en la práctica “una nación autoritaria, ritualista, centralista hasta la paranoia, obsesivamente presidencialista y violadora de los derechos humanos. El grueso de la sociedad, por su parte, toleraba poco las singularidades y diferencias y no estaba muy al tanto de su creciente diversidad. Ese entorno marginaba a los indígenas, a los no católicos, a las mujeres, a los no priistas, a los homosexuales, a los sindicalistas autónomos, a los artistas ajenos a la cultura oficial, a los migrantes, a los académicos, a los activistas de las más diversas causas sociales, a los que pregonaban la viabilidad de la democracia en el país, a quienes pugnaban por el establecimiento de un estado de derecho, a los que veían en la justicia social y la redistribución de la riqueza algo más que reglamentarias escalas discursivas. Esas porciones de la sociedad simplemente no existían para los medios informativos” (2015: 1).

Ante la imposibilidad de contar con publicidad gubernamental, *La Jornada* contó con el apoyo de intelectuales y artistas, como Rufino Tamayo, Francisco Toledo y Gabriel García Márquez, quienes aportaron en especie para que sobreviviera el diario. Entre los accionistas de *La Jornada* se encuentran artistas, intelectuales, académicos, periodistas, políticos, escritores, estudiantes, obreros, campesinos, pequeños empresarios, promotores de derechos humanos, comerciantes, poetas y desempleados, algunos de los cuales “decidieron arriesgar lo único que tenían en la bolsa, el

equivalente de veinte o treinta dólares de aquel entonces, y convertirse en accionistas de nuestro periódico” (Lira Saade, 2015: 1).

“En la madrugada del 19 de septiembre de 1984 asistimos en tropel a los talleres de Alberto Bitar para ver salir de las máquinas los primeros ejemplares de nuestra edición número uno. Hubimos de pasar por el encontronazo entre las expectativas generadas antes de nuestra salida y nuestros primeros números, escasos de páginas, vacilantes en la edición y periodísticamente débiles, aunque apegados a los principios de nuestra línea editorial. Por esos días algunos se refirieron al diario naciente como panfleto, hoja parroquial, ‘*La Mejor-nada*’, sin embargo, unos meses después ya estábamos tirando veinte o treinta mil ejemplares. La razón era que desde la primera edición, nos dimos a la tarea de contar no sólo las versiones, sino también los sucesos de un país que no existía para el resto de los medios. También fue que se dio cabida a voces ajenas a las corporaciones oficiales, a los grupos económicos y financieros, a la industria del espectáculo, a los designios de los grandes poderes y a la moral social hegemónica que no podía concebir ‘malas palabras’, y ni siquiera giros coloquiales, en el papel impreso” (Lira Saade, 2015: 1).

A pesar de ser clasificado como un medio de centro-izquierda, y por muchos como un periódico del Partido de la Revolución Democrática (PRD) y de Andrés Manuel López Obrador, su directora narra que la relación entre el medio y su lectorado no siempre ha sido terso. “Con motivo de las elecciones estatales de 1989 en Michoacán –donde el cardenismo histórico y el moderno tienen un bastión fundamental–, *La Jornada* publicó, días antes de los comicios, una encuesta, cuyos resultados no favorecían al candidato de los cardenistas, Cristóbal Arias, sino al del PRI. En el cierre de campaña del primero, muchos de sus simpatizantes gritaban ‘muera’ a *La Jornada* – como lo reportamos puntualmente–, mientras sostenían bajo el brazo un ejemplar de nuestro periódico” (Lira Saade, 2015: 1).

Para el investigador Lawson (2002), *La Jornada* es un caso que capturó los matices y las ironías de control de los medios de comunicación en México, la voz principal antisistema de México, de la izquierda. Desde su creación en 1984, el periódico tenía una relación compleja con la clase política de México. Algunos de los colaboradores del rotativo ocuparon puestos de alto nivel en el régimen; otros fueron encarcelados por ese mismo régimen. Sus fuentes de financiamiento fueron igualmente esquizofrénicas; aunque siempre fue uno de los diarios más independientes de México. Durante gran parte de su vida dependió de la publicidad oficial que proporcionaba cerca

del 50 por ciento de sus ingresos. “*La Jornada* denunció sistemáticamente las políticas gubernamentales, invocó la retórica radical y registró la oposición social al régimen. Pero, por lo menos hasta mediados de 1990, lo hizo no con demasiada atención en temas delicados, como el narcotráfico y la corrupción oficial” (Lawson, 2002: 58).

En un análisis de contenido de las editoriales de *La Jornada*, realizado por Lawson (2002) del 19 de septiembre y el 30 de septiembre de 1984, 1986, 1988, 1990, 1992, 1994 y 1996, se recogen una serie de columnas editoriales escritas por conocidos activistas políticos, escritores y expertos, con un resultado un tanto sesgado a la izquierda. Entre las personas que han colaborado en las páginas de *La Jornada* se encuentran: Octavio Paz, Carlos Fuentes, Carlos Monsiváis, Manuel Vázquez Montalbán, Umberto Eco, Gunter Grass, Noam Chomsky, Elena Poniatowska, Cristina Pacheco y Paco Ignacio Taibo II.

La vida de *La Jornada* ha presentado graves problemas económicos, debido a su línea editorial, por la cual los gobiernos priistas y panistas han disminuido o retirado su publicidad en el medio. Levario Turcott (2003) señala que *La Jornada* en 2002 sufrió una grave crisis económica, que se inicia desde 1995. A través de un cuadro presenta el promedio diario de impresión de *La Jornada*, el cual de 1995 a 2002 disminuyó en un 51,51 por ciento y la circulación vendida tuvo un declive de 54,72 por ciento en el mismo periodo.

Su actual directora es Carmen Lira Saade, fundadora del diario junto con Carlos Payán, quien sale del periódico para postularse como candidato a senador por el Partido de la Revolución Democrática para el periodo 1997-2000. *La Jornada* tiene su sede en la capital de México y su presencia se registra en casi todo el territorio nacional³⁵. Cuenta con un tiraje de más de 100 mil ejemplares. Asimismo, publica versiones regionales en diversas partes de México, principalmente *La Jornada de Occidente*. Su formato es tipo tabloide, consta de 70 páginas en promedio, con las secciones Nacional, Estados, Capital, Mundo, Economía, Sociedad y Justicia, Cultura, Deportes, entre otras.

La Jornada presenta y hace uso de los principales elementos y géneros periodísticos: información a 8 Columnas, fotografía a 8 Columnas, fotografía, caricatura, balazo o entrada, editorial, columna, artículo. La publicación es en blanco y negro, salvo algunas excepciones que se publican las fotografías y la publicidad a color.

³⁵ Existe la discusión sobre el alcance de los medios de comunicación como medios nacionales o regionales, principalmente por la cobertura que tiene la televisión, como medio que tiene presencia en los hogares mexicanos. Esta misma discusión se registra respecto al radio, la trasmisión de una misma frecuencia no se registra en todo el país, situación que pone en ventaja a la televisión por el número de aparatos que registran los hogares en México y la presencia de repetidoras en todo el territorio nacional.

Por su formato, regularmente presenta una noticia en portada, la de 8 columnas, la de mayor importancia, junto a una fotografía –a 8 columnas– de gran dimensión en la mitad de la portada, la cual en ocasiones puede ser una caricatura. El restante espacio de la portada está conformado por balazos o entradas, que son los pases para las noticias de las páginas interiores; de la misma manera publica una contraportada. Por su forma de publicar las noticias, resalta por mucho la información a 8 columnas y el tema de la fotografía de la portada, que no necesariamente se relacionan entre sí.

En el diario dirigido por Carmen Lira la publicidad solamente registra diferencias en sus costos por dos características: 1) por el número de la página donde se publica y 2) si es par o impar. El costo de ambos atributos periodísticos cualitativos se define a partir de una mayor visualización para los consumidores, lo que además genera una valencia en la información. *La Jornada* además establece su precio, en algunas páginas, en tarifa comercial y no comercial, esta última se refiere a la información de carácter político.

La “falsas portadas” en *La Jornada* tienen un precio de 1,200,000.00 pesos (66,666.66 euros)³⁶; para las páginas 3, 5 y 7, su costo es de 250,000.00 pesos (13,888.88 euros). A partir de la plana 9 son cuatro las tarifas que registra el impreso; para una plana el costo en página par comercial es de 113,880.00 pesos (6,326.66 euros); 125,680.00 pesos (6,982.22 euros) para la página impar comercial; la plana completa en tarifa no comercial es de 160,280.00 pesos (8,904.44 euros); y la gacetilla es de 197,280.00 pesos (10,960.00 euros). (2015)

El diario de tendencia a la izquierda presenta además tarifas en suplementos y “espacios privilegiados con gran impacto visual” (*Jornada*, 2015), con tarifa comercial y política, los segundos con un incremento del 30 por ciento. Asimismo, los domingo la publicidad tiene un costo extra en algunas páginas.

8.2.2. Reforma

El periódico *Reforma* nace el 20 de noviembre de 1993 con una fuerte disputa entre el diario y el organismo encargado de distribuir los medios escritos en la Ciudad de México y en el país, la Asociación de Voceadores de México, cuando ésta se niega a distribuir el rotativo, debido a que el 20 de noviembre, día de la Revolución Mexicana, es día de asueto por lo que ningún medio escrito labora y no se venden periódicos. La

³⁶ El tipo de cambio es de 18.00 pesos por euro.

negativa a repartir y comercializar el rotativo generó un conflicto que benefició al *Reforma* en visibilidad.

Los antecedentes del *Reforma* provienen del diario *El Norte*, publicación que tiene su sede en el estado de Nuevo León, en la frontera con Estados Unidos. *El Norte* proviene de una compañía que nace en los años treinta, propiedad de una familia de empresarios, que registra su gran modernización en los años ochenta a cargo de Alejandro Junco de la Vega, nieto del patriarca del diario y quien es el primero en desempeñarse como periodista.

En el apartado de ¿Quiénes somos?, en la página web del periódico, la cual no viene firmada, se explica el desarrollo del Grupo Reforma, empresa periodística que “durante más de 80 años, una sola misión ha permanecido siempre por encima de las transformaciones del Grupo REFORMA: el respeto a la verdad y sobre todo a los lectores” (Reforma G., 2015: 1).

Dentro de la narrativa histórica que hace, señala sus inicios en 1922, cuando se publica el periódico *El Sol*, el 2 de abril, en Monterrey (Nuevo León) por Rodolfo Junco de la Vega. Para 1936 y 1937 aumenta su tiraje y cambia de sede en el mismo municipio de Monterrey. En 1938 aparece el primer número de *El Norte*, el 15 de septiembre, con ocho páginas y un tiraje de 165 mil ejemplares; su oferta informativa incluye noticias internacionales, nacionales, deportivas, sociales y culturales. En el periodo de 1941 a 1958 crece más *El Norte*, al publicar dos secciones de 16 páginas, con un tiraje de 50 mil ejemplares. En la década de los sesentas indica que en *El Norte*, en plena guerra fría y con el control del Gobierno sobre los medios, el compromiso fue con la verdad y se ganó la confianza de sus lectores; asimismo, gana tres premios internacionales en dicho periodo.

Para 1970 el grupo Reforma (2015) en la denominada por ellos mismos etapa de la “Guerra de Papel”, aplica un modelo libre de periodismo, por lo cual se gana la antipatía del Presidente Luis Echeverría Álvarez. Se narra que en esa época el papel periódico era monopolizado por el gobierno a través de PIPSA, por lo que se deja de surtir el insumo básico al rotativo. En la narrativa del desarrollo del periódico, se destaca que *El Norte* resistió, lo cual fue clave para ganar la “Guerra de Papel”, no sólo por el propio medio, sino por otros rotativos que sufrían el control del insumo por parte del Estado. En ese año se aglutina *El Norte* y *El Sol*. A finales de los setenta el periódico profesionaliza a sus reporteros y revoluciona su administración al separar el área comercial y la editorial, lo que garantiza una independencia periodística.

En la década de los ochenta *El Norte* es el primer periódico que lleva a cabo encuestas de preferencia y debates entre los candidatos, en la búsqueda de elecciones limpias y alternativas. En 1988 nace el *Metro*. Para 1990 el Grupo Reforma crea los Consejos Editoriales, integrados por lectores, líderes de opinión y expertos. El 20 de noviembre de 1993 nace el *Reforma*, en la Ciudad de México, con un boicot de la Unión de Voceadores del Distrito Federal, por lo que la distribución fue realizada por el propio personal del *Reforma*. Lawson indica que “el cambio en PIPSA fue crucial para convencer al propietario de *El Norte* de lanzar una publicación hermana en la Ciudad de México. La incursión de Alejandro Junco en la capital apareció el 20 de noviembre de 1993, estaba destinado a ser el periódico más fino y más influyente de México” (2002: 78).

Para 2000 (Reforma G. , 2015), el grupo abre su edición en línea, la cual es un referente en México. En el último punto, Grupo Reforma hoy, indica que cuenta con la red más extensa de periodistas profesionales, alrededor de 700 en todo México, siendo la institución informativa con más credibilidad y prestigio en el país; además de enviar a las principales capitales del mundo periodistas que ofrecen una visión del panorama global.

Entre los grandes cambios del periodismo llevados a cabo por el *Reforma* en México se encuentra la contratación de personas jóvenes con estudios de periodismo, con pocos años en el medio y sin vicios; así como el retiro del porcentaje por venta de publicidad y salarios más altos que el resto de los periódicos a sus reporteros. El *Reforma* nace para dar cabida a un segmento descuidado por el resto de los medios de la capital de México, la clase media y empresarial, que en los años setenta daba cobertura *Excélsior*. Periodistas de renombre de otros medios, principalmente de *El Financiero*, que también tiene sus bases en los expulsados de *Excélsior*, pasan a formar parte del *Reforma*, siendo su tendencia de centro-derecha.

Lawson destaca que “hoy en día, es aparente su simpatía por el PAN, y su cobertura en general es favorable a la comunidad empresarial. Algunos señalan al *Reforma* como un apéndice informativo de los intereses industriales del norte y de los regiomontanos, que se extiende esa parcialidad al equipo de fútbol de Monterrey. Aunque el periódico no cuenta con una página editorial propia, sus artículos de opinión cubren todo el espectro político, pero la dirección editorial del periódico no está realmente separada de sus propietarios” (2002: 79).

El director del periódico es Alejandro Junco de la Vega, quien ha llevado a cabo la expansión de su empresa periodística a los estados y a las ciudades con mayor tamaño poblacional en México, como *Mural* en Guadalajara. La presencia de *Reforma* rebasa los 100 mil ejemplares a la semana; por su distribución es considerado como nacional, y su sede se encuentra en la Ciudad de México. Su formato es de tipo sábana, consta de 70 páginas diarias en promedio, con las secciones nacional, internacional, ciudad, estados, justicia, negocios, encuestas, deportes, editoriales, entre otras. El *Reforma* presenta un mayor número de elementos y géneros periodísticos, aunque algunos no se presentan de manera regular: información a 8 Columnas, nota Informativa, fotografía a 8 Columnas, fotografía, artículo, balazo o entrada, infografía, crónica y columna. “Entre los diarios de corte serio, el periódico *Reforma* tiene la mayor circulación pagada, alrededor de 146 mil 300 ejemplares” (Gómez y Sosa-Plata, 2011: 24).

Este medio es el primero que en México hace un uso constante de la infografía³⁷, es editado en colores y de una forma muy llamativa. Presenta su información a 8 columnas regularmente en un piso, hace uso constante de la fotografía –a 8 columnas– que acompaña a la información principal o de la infografía; asimismo, presenta regularmente dos o tres notas en portada y diversas fotografías, gráficos; además, publica hasta seis balazos o entradas como pase para las notas de interior.

Las tarifas de publicidad en el diario de Alejandro Junco registran diferencias en sus costos por la página en la que se publica: 1) el número de la página y 2) si es par o impar. La tarifa en el impreso se debe al atributo periodístico cualitativo de visualización que proporciona a los consumidores, da un valor o atributos de prominencia a la información. El impreso tendiente a la derecha, además, da una diferencia en su precio según el día de la semana en dos costos: 1) Estándar, los miércoles, jueves y sábado; y 2) Premium, para los viernes, domingo y lunes; así como por la sección periodística en la que se desea la publicidad.

En el diario *Reforma* (2015), dentro de las secciones nacional e internacional, el costo de una plana (84 módulos) en base regular es de 241,080.00 pesos (13,393.33

37 La infografía expone la información a través de varios elementos gráficos, ha revolucionado el concepto, la mentalidad y el diseño en el periodismo. Su nombre, si bien es un neologismo, surgió en Estados Unidos, del término *information graphics*, de donde se sintetiza a *infographic*, y se traduce como infográficos, infos, o infogramas (Contreras Orozco, Javier, *Revista Mexicana de la Comunicación*, No. 63, México). Infografía es la utilización de diseños gráficos para la explicación de un acontecimiento, como pueden ser fotografías, gráficas, imágenes, viñetas, dibujos, colores, etc.

euros³⁸) y en base *premium* tiene un costo de 262,080.00 pesos (15,560 euros). Para impar y última en base es de 299,880.00 pesos (16,660.00 euros) y en *premium* 327,600.00 pesos (18,200.00 euros). En las páginas 3, 5, 7 y 9, en base el costo de la página completa es de 441,840.00 pesos (24,546.66 euros) y en *premium* 536,760.00 pesos (29,820.00 euros).

El periódico de la familia Junco presenta una variedad más amplia de tarifas en comparación con *La Jornada*, son diferentes los precios en las secciones del diario como: ciudad, negocios, cultura y gente; en esquelas y en los suplementos del impreso. Además en algunas de éstas presentan diferencias de precios si se publica a color o en blanco y negro. El *Reforma*, asimismo, publica formatos especiales de publicidad para sus contratistas.

³⁸ El tipo de cambio tomado es de 18.00 pesos por euro.

TERCERA PARTE

METODOLOGÍA Y ANÁLISIS

9. METODOLOGÍA

Como se expuso en los objetivos e hipótesis (véase el capítulo 3), se pretende identificar el establecimiento y utilización de encuadres y atributos por actores políticos, sociales y principalmente mediáticos en la crisis política que se desarrolló a partir del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, durante 2005, en México; así como demostrar que el papel de los medios de comunicación analizados condicionaron el resultado electoral por el tratamiento que dieron con sus encuadres y atributos a la situación de crisis político-gubernamental con consecuencias electorales que protagonizó el propio jefe de Gobierno de la Ciudad de México y miembro del PRD, Andrés Manuel López Obrador.

Primeramente, se escogió la crisis política del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, por la importancia del servidor público, quien, como se ha señalado en diversas ocasiones, era el aspirante mejor posicionado para la elección de Presidente de la República en 2006. En la situación intervendrían un gran número de actores, entre los que destacan: el Presidente de México, funcionarios públicos del más alto nivel, dependencias gubernamentales, partidos políticos, la Iglesia Católica, intelectuales, artistas, investigadores, juristas, sindicatos, la iniciativa privada, organizaciones no gubernamentales, actores extranjeros y los propios medios masivos de comunicación. Ello generó una amplia presencia de posiciones y de encuadres tanto en favor como en contra del desafuero y del gobernante capitalino.

El presente trabajo registra, por tanto, una conexión entre las teorías mediáticas de agenda *setting* y *framing*, los estudios de las situaciones de crisis y los análisis cuantitativos y cualitativos, que generan un marco analítico complejo sobre el manejo de la información en el desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador; el cual, de ser un asunto totalmente judicial, de un particular *versus* la administración local de la Ciudad de México, se convirtió en una crisis político-gubernamental-electoral a nivel nacional.

La investigación busca determinar la utilización que los medios masivos hacen de la información, a través del análisis de contenido, cuantitativo y cualitativo, para establecer encuadres en un tema definido, que como se explicó en los capítulos anteriores (véase el capítulo 7 y 8), se refiere a una situación de crisis política, gubernamental y electoral. Además, de lo que hacen los medios con la información mediante la selección de la página, las secciones del periódico, los géneros periodísticos

y los atributos (positivos, negativos o neutrales) con los que presentan la información, también es importante conocer a los actores o fuentes que generan la información.

Nuestra metodología se centra en el análisis de contenido desde las aportaciones que diversos autores han realizado sobre el mismo. Berelson, lo define como “una técnica de investigación que tiene por finalidad la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones” (1948: 18). Bardin indica que el análisis de contenido es “el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendientes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes” (1991: 32). En tanto Krippendorff establece que “es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto” (1990: 28).

Mayntz, Holm y Hübner definen el análisis de contenido como “una técnica de investigación que identifica y describe de una manera objetiva y sistemática las propiedades lingüísticas de un texto con la finalidad de obtener conclusiones sobre las propiedades no-lingüísticas de las personas y los agregados sociales” (1980:198). Allport (1965) indica que se trata de un método para estudiar y analizar las comunicaciones de una forma sistemática, objetiva y cuantitativa a fin de medir variables.

Piñuel nos dice que “se suele llamar análisis de contenido al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías), que tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior” (2002: 2). Osgood lo define como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática, cuantitativa del análisis del contenido manifiesto de una comunicación” (1952: 489).

En cuanto a los conceptos de objetividad, sistematización y cuantificación que señala Berelson en su definición de análisis de contenido, Ortega (2013) apunta que la objetividad es una exigencia fundamental para la investigación científica, que implica

la descripción clara de los criterios adoptados para la clasificación de las variables, por lo que se debe evitar cualquier intervención subjetiva, características personales o diferencias individuales en la descripción de los fenómenos. Respecto a la sistematización, ésta tiene la característica de que los contenidos o mensajes seleccionados deben explicar el método de codificación aplicado, el cual debe ser uniforme y con un único sistema de evaluación. Finalmente, debe ser cuantitativo, por lo que el material debe ordenarse por categorías que permitan ser tratado de forma estadística. Estas tres características del análisis de contenido permiten que otras investigaciones que se lleven a cabo con el mismo método obtengan resultados equiparables con anteriores estudios para su complementación o verificación.

La posibilidad de evitar el subjetivismo en la investigación reforzó el uso del análisis de contenido, como lo establece López Noguero, quien subraya que “esta metodología pretende sustituir las dimensiones interpretacionistas y subjetivas del estudio de documentos o de comunicaciones por unos procedimientos cada vez más estandarizados que intentan objetivar y convertir en datos los contenidos de determinados documentos o comunicaciones para que puedan ser analizados y tratados de forma mecánica. El análisis de contenido se presentó, en un primer momento, como reacción contra el subjetivismo de los análisis clásicos y como consecuencia de la multiplicación de informaciones, como una técnica de constatación de frecuencias o de análisis cuantitativo” (2002: 173).

El análisis de contenido sirve como una herramienta metodológica para casos prácticos. Los componentes o pasos para llevar a cabo un análisis de contenido varían según los autores; por ejemplo, Ortega (2013) define ocho pasos; Cáceres (2003) contabiliza seis, Abela (2003) indica que son cinco y Piñuel (2002) dice que son cuatro puntos, pero necesarios.

Para Ortega (2013) las ocho etapas son: 1) Definición y conceptualización de las variables 2) Operacionalización de las variables relevantes. 3) Elaboración del libro de códigos y de la ficha de análisis. 4) Selección de los contenidos por analizar. 5) Pilotaje del proceso de codificación. 6) Codificación de la muestra en SPSS. 7) Chequeo de la fiabilidad de la codificación. 8) Análisis de los datos y elaboración del informe de investigación. Cáceres (2003) indica que son: 1) Selección del objeto de análisis dentro de un modelo de comunicación. 2) El desarrollo del preanálisis. 3) La definición de las unidades de análisis. 4) Establecimiento de reglas de análisis y códigos de clasificación. 5) Desarrollo de categorías. 6) La integración final de los hallazgos.

Las etapas para Abela (2003) son: 1) Determinar el objeto o tema de análisis. 2) Determinar las reglas de codificación. 3) Determinar el sistema de categorías. 4) Comprobar la fiabilidad del sistema de codificación-categorización. 5) Inferencias. Mientras para Piñuel los cuatro pasos son: “1) Selección de la comunicación que será estudiada; 2) Selección de las categorías que se utilizarán; 3) Selección de las unidades de análisis; y 4) Selección del sistema de recuento o de medida” (Piñuel, 2002: 7). Y, finalmente nos referiremos a la aportación de Krippendorff (1990), quien también establece cuatro pasos o componentes: 1) Formulación de datos, 2) Reducción de datos, 3) Inferencia y 4) Análisis.

La formulación de datos para Krippendorff es “una unidad de información registrada en un medio duradero, que se distingue de otros datos, puede analizarse mediante técnicas explícitas y es pertinente respecto a un problema determinado” (2002: 76). La reducción de datos permite en la investigación eliminar los datos o detalles irrelevantes, para concentrarse en la información de mayor importancia en el estudio. La inferencia para Krippendorff “es todo el saber que debe poseer el analista de contenido acerca del modo en que los datos se relacionan con su contexto, saber que se verá fortalecido por el éxito de cada inferencia” (2002: 76). Y el análisis son los procesos de identificación y representación de los datos más importantes, más significativos estadísticamente, el resultado del análisis de contenido.

Para Ortega (2013), parafraseando a Bardin (1991) y Piñuel (2002), el análisis de contenido se hace en la práctica siguiendo la habilidad humana de los investigadores que han construido el corpus metodológico. La investigadora Lourdes Vinuesa (1996), en su tesis doctoral, establece 13 pasos para llevar a cabo el análisis de contenido y de datos secundarios, los cuales son: 1) Elección de los medios de información. 2) Selección de las unidades de análisis. 3) Elección de la técnica de análisis. 4) Acotación del universo temporal. 5) Elección de una muestra. 6) Recogida de material o corpus por investigar. 7) Elaboración de protocolos de recogida de datos. 8) Recogida de datos. 9) Valoración del signo de intensidad de los objetos de actitud. 10) Codificación manual de todos los datos obtenidos. 11) Recogida de datos secundarios. 12) Comparación de datos a diferentes niveles. 13) Elaboración y redacción de conclusiones.

“El análisis de contenido está desarrollando una metodología propia que permite al investigador programar, comunicar y evaluar críticamente un plan de investigación con independencia de sus resultados. [...] El propósito de la metodología es describir y examinar la lógica de creación de métodos y técnicas de investigación, poner de relieve

su eficacia y sus limitaciones, generalizar sus éxitos y fracasos y descubrir los ámbitos apropiados de aplicación y predecir sus posibles contribuciones al conocimiento” (Krippendorff, 1990: 12).

En lo referente a nuestro trabajo, las diferentes etapas que se proponen para llevar a cabo el análisis de contenido son:

- 1) Selección de los medios de información. Dos de los principales medios impresos de carácter nacional y de información general, que puedan ser comparados por su línea editorial: *La Jornada* y el *Reforma*³⁹.
- 2) Selección de las unidades de análisis. Unidades de muestreo, registro y contexto.
- 3) Selección de la técnica de análisis. Análisis de contenido, diferencial semántico y análisis de aserción evaluativa.
- 4) Acotación de la temporalidad. A) Del 13 de mayo de 2004 al 13 de mayo de 2005 para determinar las fases de la crisis y de forma particular la etapa de madurez. B) Del 2 al 10 de abril de 2005, para analizar la fase de madurez de la crisis política del desafuero de Andrés Manuel López Obrador.
- 5) Recogida del material por analizar. A) Información a 8 columnas en texto e imagen del 13 de mayo de 2004 al 13 de mayo de 2005, de *La Jornada* y el *Reforma*, sobre el desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal. B) Información de los dos diarios escogidos sobre la crisis del retiro del fuero constitucional de López Obrador, del 2 al 10 de abril de 2005.
- 6) Codificación manual del material o corpus.
- 7) Valoración de la información por sus atributos y/o características a través del análisis de aserción evaluativa.
- 8) Sistematización de la información en SPSS.
- 9) Comparación de los datos a diversos niveles.
- 10) Elaboración y redacción de conclusiones.

Dentro del análisis de contenido, un punto nodal son las unidades de análisis del contenido (Krippendorff, 1990), las cuales son tres: 1) unidades de muestreo, 2)

³⁹ Los dos medios impresos de publicación nacional y de información general que se escogieron se encuentran entre los cinco diarios de mayor circulación en México³⁹: *La Jornada* y *Reforma* (Lawson, 2002), (Fundación Telefónica, 2007: 40) (véase la tabla No. 7 en el capítulo 8.2). Los periódicos cuentan con características editoriales opuestas (Lawson, 2002), el primero de ellos de izquierda y el segundo de derecha, lo que permite comparar el manejo de la información, con sus generadores, adjetivos y encuadres.

unidades de registro, y 3) las unidades de contexto. En cuanto a las primeras, son fragmentos de la realidad observada o “de la secuencia de expresiones de la lengua fuente, que se consideran independientes unas de otras, Aquí, ‘independientes’ es sinónimo de no relacionadas, no ligadas entre sí” (Krippendorff, 1990: 82). Las unidades de registro pueden seleccionarse mediante muestras probabilísticas, estratégicas, teóricas y discrecionales. Asimismo, pueden ser la combinación de varias muestras. Un ejemplo de la unidad de muestreo lo proporciona Abela, quien a partir de su estudio indica que “las unidades de muestreo que se desprenden del marco teórico elaborado están en los periódicos *El País*, *ABC*, *Mundo* y *Diario 16* durante los meses de junio a octubre (año escolar) entre 1991/1993” (2003: 13).

La categorización para Bardin “es una operación de clasificación de elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación, tras la agrupación por género (analogía), a partir de criterios previamente definidos. Las categorías son secciones o clases que reúnen un grupo de elementos (unidades de registro) en el caso del análisis de contenido bajo un título genérico, reunión efectuada en razón de los caracteres comunes de estos elementos. El criterio de organización puede ser semántico (categorías temáticas: por ejemplo, todos los temas que signifiquen ansiedad se reunirán en la categoría ‘ansiedad’, mientras que los que signifiquen posesión se agruparán bajo el título conceptual ‘posesión’) sintáctico (los verbos, los adjetivos), léxico (clasificación de las palabras según su sentido, con emparejamiento de sinónimos y sentidos próximos), expresivos (por ejemplo, categorías clasificadoras de las diferentes perturbaciones del lenguaje” (1991: 90).

Asimismo, Bardin (1991) subraya la existencia de categorías buenas y malas. Para que las categorías sean buenas deben tener cinco cualidades: 1) La exclusión mutua, lo cual indica que la categoría debe estar construida de tal manera que no pueda ser clasificable en dos o más categorías. 2) La homogeneidad, a partir de la exclusión mutua, una categoría sólo puede funcionar sobre un registro. 3) La pertinencia, la categoría debe adaptarse al análisis seleccionado y perteneciente al cuadro teórico elegido. 4) la objetividad y fidelidad, es decir, las categorías seleccionadas por diferentes analistas deberán ser codificadas de la misma manera. 5) La productividad, la categoría deberá proporcionar la información y los resultados para resolver hipótesis y objetivos planteados.

En la categorización, señala Bardin (1991), lo ideal es que los investigadores no construyeran plantillas de categorías para cada material y objeto de análisis, pero esto

no es posible. Asimismo, indica que el uso del ordenador en el análisis de contenido ha generado la necesidad de crear índices, los cuales el autor divide en dos: 1) los que responden a un proyecto específico (hipótesis precisas) y datos particulares; y 2) los generales (elevado número de categorías), utilizables para estudios diferentes y datos textuales variados. Para Bardin “el índice o diccionario es un sistema de análisis categorial adaptado al tratamiento automático. Su concepción está más cerca de un thesaurus (diccionario analógico que recoge palabras de significado semejante bajo epígrafes conceptuales) que de un diccionario corriente (que da definiciones o descripciones del sentido de las palabras)” (1991: 98).

Los índices o tesauros son una herramienta para los estudios políticos, de conflictos y de crisis. Bardin explica que el *Stanford Political Dictionary* cuenta con un índice para analizar documentos políticos, el cual se basa en el diferenciador de Osgood y “puede registrar cerca de 4,000 palabras según tres o cuatro dimensiones positivas o negativas, o sea, seis u ocho conceptos clave. [...] Holsti ha utilizado este índice para testar hipótesis concernientes a la toma de decisión en situación de crisis internacional (por ejemplo la ‘crisis cubana’ en 1962) o para analizar el conflicto entre el Este y Oeste y las relaciones chino-soviéticas” (1991: 100-101).

Para el presente trabajo la muestra consistió, como ya hemos indicado, en la selección de dos de los principales diarios del país por su tiraje: *La Jornada* y el *Reforma*⁴⁰, unidades de muestreo. Con los dos periódicos nacionales y de información general se elaboraron dos bases de datos y sus respectivos análisis (ver Anexos I y II). El primer análisis se limitó a 12 meses, del 13 de mayo de 2004 al 13 de mayo de 2005, lo que permitió definir las fases de una crisis y a su vez seleccionar la etapa de madurez para su estudio detallado (Anexo I). La segunda base de datos y su análisis es la fase de mayor algidez de la crisis del desafuero, que se circunscribió a nueve días, del 2 al 10 de abril de 2005⁴¹ (Anexo II).

La variable medio presenta los valores de *La Jornada* y *Reforma*, que permite hacer un comparativo del manejo de la información sobre el desafuero en los dos diarios

⁴⁰ Dentro de los periódicos con característica de información general y distribución nacional, el *Reforma* se ubica en el segundo lugar, con un tiraje de 90 mil ejemplares; *La Jornada* se encuentra en el tercer lugar con 60 mil periódicos diarios. En primer lugar se tiene al diario *El Universal*, con 90 mil ejemplares. (Fundación Telefónica, 2007: 40)

⁴¹ La segunda base de datos recoge la totalidad de la información publicada del 2 al 10 de abril de 2005, nueve días, que se caracterizan por tres situaciones y que a su vez permite determinar la fase de la madurez de la crisis: 1) son los días en los que se registra la publicación del mayor número de impactos en las informaciones y fotografías a 8 columnas, 2) se publica el mayor número de inserciones sobre el desafuero de Andrés Manuel López Obrador; y 3) el 1° de abril, publicado el día 2, la Sección Instructora de la Cámara de Diputados para el Desafuero, aprueba que se discuta en sesión plenaria de la Cámara de Diputados Federal el retiro o no del fuero constitucional al Jefe de Gobierno del Distrito Federal, votación que se lleva a cabo el 7 de abril del mismo año y se publica en los medios impresos al día siguiente, 8 de abril.

escogidos, los cuales se encuentran entre los tres rotativos nacionales y de información general de mayor tiraje en el país. Klapper (1960) indica que las diferentes características de los medios les permiten tener ventajas que influyen en su capacidad de persuasión; además de que los *mass media* cuentan con un prestigio para un gran sector de la población, por lo que el aparecer en los espacios de los media confiere un estatus al tema, persona u organización.

La variable fecha delimita la temporalidad del estudio, siendo dos etapas como se indicó líneas arriba: a) del 13 de mayo de 2004 al 13 de mayo de 2005; b) del 2 al 10 de abril de 2005. La primera para analizar la crisis del desafuero durante un año y determinar las fases de la situación adversa; la segunda para estudiar de forma más detallada la fase de madurez de la crisis.

Las unidades de registro pueden considerarse como parte de una unidad de muestreo para su análisis de forma aislada. Para Krippendorff “aunque las unidades de muestreo tienden a poseer límites físicamente discernibles, las distinciones entre las unidades de registro, en cambio, son el resultado de un trabajo descriptivo [...] Las dependencias que podrían existir dentro de las unidades de muestreo se mantienen en la descripción individual de su unidad de registro” (1990: 83-84). Para Holsti, una unidad de registro es “el segmento específico de contenido que se caracteriza al situarlo en una categoría determinada” (1969: 116). De forma específica Abela ejemplifica las unidades de registro, “los titulares de primera página son las unidades de registro en el análisis de contenido de prensa de nuestro ejemplo. Los titulares de primera página ofrecen unidades textuales fáciles de procesar, que valen como indicadores de los mensajes seleccionados por la dirección de los periódicos. A través de dichos titulares surge la información sobre los acontecimientos ocurridos que se pretenden analizar” (2003: 13).

Debido a la creación de dos bases de datos, se llevó a cabo la generación de dos unidades de registro. En el análisis de contenido para determinar las fases de la crisis, a través de 12 meses de información⁴² en *La Jornada* y el *Reforma*, se consideró a los titulares de la información a 8 columnas⁴³ y la fecha de su publicación como las

⁴² El número de impactos a 8 columnas suman 93 en los dos medios impresos a lo largo del año.

⁴³ La información a 8 columnas se analiza de la siguiente forma: Se contabilizará cada uno de los titulares que contenga información sobre el tema del desafuero en la noticia de mayor importancia como un impacto; de la misma forma, se realiza con la fotografía a 8 columnas, se contabilizará como un impacto cada una de las fotografías que haga referencia al tema. El ejemplo más complejo es el del viernes 8 de abril de 2005, como se aprecia en su epígrafe sobre “la madurez de la crisis”, donde *La Jornada* contabiliza cinco impactos a 8 columnas, de los cuales tres son en texto y dos en fotografía. Los de texto son tres notas que publican con el mismo tamaño de letra, no es solamente una noticia con un titular, por lo que se contabilizaron de forma separada, las cuales presentan los siguientes encabezados: “López Obrador: deshonrosa trama de Fox y Azuela para desaforarme”, “Acatan el PRI y el PAN la orden de mayoritar la inhabilitación”, “El tabasqueño, en un Zócalo repleto, convoca a no caer en la provocación”. Las

unidades de registro por estudiar, lo que permitió definir las etapas de una crisis política. De las noticias a 8 columnas se ha seleccionado para el análisis los titulares⁴⁴ y el cuerpo informativo⁴⁵; en el caso de las fotografías a 8 columnas, se tomó en cuenta el título⁴⁶ y el pie de foto⁴⁷, cuando cualquiera de los dos o ambos se publicaban por el medio.

Respecto a las unidades de registro de la segunda base de datos, del periodo de madurez de la crisis, del 2 al 10 de abril de 2005, se seleccionó un mayor número de unidades o variables periodísticas cualitativas que se presentaban en los dos medios impresos escogidos, siendo éstas: género periodístico o herramienta periodística; página, sección periodística, generador o fuente informativa y la de sesgo o atributos/características de la información.

Dentro de las unidades de registro se tienen las denominadas unidades de contexto, las cuales Krippendorff (1990) las define como aquellas que fijan límites a la información contextual que puede incorporarse a la descripción de una unidad de registro. Demarcan aquella porción del material simbólico que debe examinarse para caracterizar la unidad de registro. En el trabajo de Abela (2003) describe a las unidades de contexto como una porción de la unidad de muestreo, pueden ser los contenidos que se registran en la portada, entre los que se encuentran los titulares, resúmenes, fotografías, dibujos, etc. “que actúan como escaparates donde se pretende reflejar todo el contenido del periódico. Dichos contenidos suelen estar relacionados con los titulares para resaltarlos o explicarlos y así completar la información que en un primer momento se desprende de ellos” (Abela, 2003: 14). Asimismo, destaca que la unidad de contexto puede ser la intensidad de una noticia, “para enjuiciar el grado de intensidad de la codificación se pueden seguir los criterios establecidos por Osgood (1959) teniendo en cuenta el tiempo del verbo (condicional, futuro, imperativos...), adverbios de modo,

fotografías a 8 columnas se presentan con los títulos: “¡No estoy solo!” y “Yo acuso” y cada una de ellas se encuentra publicada en una página completa.

⁴⁴ En el *Libro de Estilo* de *El País*, se indica que los titulares “constituyen el principal elemento de una información. Sirven para centrar la atención del lector e informarle de su contenido [...] No se pueden suprimir los artículos o adjetivos que imponga la lógica del lenguaje [...] Un titular puede componerse de cintillo, antetítulo, título, subtítulo y sumario”. (*El País*, 2002: 51)

⁴⁵ En el *Libro de Estilo* de *El País*, se menciona que el cuerpo de la noticia se “desarrolla la información con todo tipo de elementos [...] esto no significa que se pueden incluir opiniones partidistas o juicios de valor sobre lo que se narra” (*El País*, 2002: 38).

⁴⁶ “Los títulos de las fotonoticias no deben tener necesariamente carácter informativo. Por tratarse de una foto como elemento noticioso en sí mismo, el título puede acompañar simplemente a la imagen. En este caso, por tanto, el redactor dispone de una mayor libertad para escoger el título” (*El País*, 2002: 70).

⁴⁷ En el *Libro de Estilo* de *El País* se subraya que los pies de foto “deben ser puramente informativos e independientes del texto al que se acompañen. No es necesario reiterar lo que resulta obvio en la imagen” (*El País*, 2002: 70).

adjetivos calificativos y atributos, etc... y así según su grado de intensidad” (Abela, 2003: 15).

Todas las unidades de registro cuentan con sus respectivas unidades de contexto, las cuales permiten llevar a cabo un análisis o estudio más detallado de la forma de cómo los medios hacen uso de variables periodísticas cuantitativas y cualitativas para transmitir un mayor o menor valor a la información que publican, en este caso en la situación de crisis del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador.

El género⁴⁸ o elemento periodístico permite generar valor cualitativo a la información como es a través de la publicación de la información a 8 columnas, ya sea en texto o en fotografía; por medio del uso de los diversos géneros periodísticos como el editorial, que define la línea del periódico; la columna y el artículo, que son géneros de opinión escritos por personas con prestigio; la entrevista, la crónica, y el reportaje, como géneros de profundidad periodística; y la noticia y la fotografía, que son los dos géneros de mayor uso en los medios impresos. Otras unidades de registro, que son herramientas o elementos periodísticos, por no estar catalogados como géneros periodísticos son: la caricatura, la entrada, la infografía, el desplegado publicitario y las cartas al director o participación ciudadana, esta última como uno de los pocos espacios que tienen los lectores en los medios impresos.

En la variable de género periodístico se registraron 15 valores, los cuales fueron extraídos directamente de los dos medios de comunicación impresos en los que se publicaba información referente al desafuero. Del total de valores, 10 son géneros periodísticos: noticia, fotografía, editorial, artículo, columna, caricatura, entrada, crónica, reportaje y entrevista; y 5 herramientas, elementos o variables periodísticas cualitativas, que generan una mayor valorización a la información: noticia a 8 columnas, fotografía a 8 columnas, infografía, desplegado o inserción publicitaria y cartas al director o participación ciudadana.

Gomis (1991) establece que los géneros periodísticos permiten hacer llegar al público la realidad interpretada de un modo completo, a través de una gama de filtros y formas convencionales, que le permiten entenderla mejor. Los géneros y los elementos o herramientas periodísticas cumplen distintas funciones tanto en el medio como en la audiencia y una de ellas es que, dependiendo de cuál sea el género, la información

⁴⁸ En la base de datos y análisis de un año, solamente se tienen dos unidades de contexto: 1) las noticias a 8 columnas y 2) las fotografías a 8 columnas, que se presentan en la unidad de registro o variable de género periodístico.

tendrá una mayor o menor relevancia. Según el presente estudio, la publicación a 8 columnas otorga una gran notoriedad a la noticia, lo mismo que el editorial, al definir y recoger la línea del medio.

En la unidad de contexto de página, se tienen los registros de portada, que es la plana de mayor importancia para los medios impresos; y de la contraportada, que también genera valor periodístico cuando se hace uso del citado espacio. Asimismo, se analizó la paginación; las primeras planas son de mayor relevancia que las últimas, entre mayor sea el número de la página, menos importante será la información.

La variable página es determinante en los medios impresos, al generar también preeminencia. No es lo mismo publicar en portada, en página impar o en par. La portada es, sin duda, la que da una mayor importancia a lo que allí aparece, notoriedad que va desapareciendo conforme se adentra en el medio. También hay que decir que la página impar es mejor que la par. Para facilitar la interpretación de la variable se analizaron de forma separada la portada, y en *La Jornada* la contraportada. Se estudiaron de forma particular las primeras 10 planas de los periódicos, y además se crearon cinco intervalos de 10 páginas cada uno.

La sección periodística presenta seis unidades de registro, las cuales por sí mismas generan importancia y encuadres a las audiencias, principalmente de influencia geográfica, así como la importancia de éste y los grupos a los que va dirigida la información. Se dividió en Nacional/Política, que es la primera sección de un periódico de información general y por lo tanto de mayor importancia; Internacional, en la que se presentan los temas de importancia mundial; Economía/Negocios, en la cual se publican los asuntos financieros; Estados y Ciudad/Capital, secciones en las que los temas se circunscriben a un espacio geográfico delimitado o muy localizado; Suplemento, espacio en el que se aborda un asunto de forma específica, por lo que genera una mayor valoración a la información.

Por ejemplo, el tema abordado en este estudio fue, en principio, un tema jurídico entre un representante público del Gobierno del Distrito Federal y un particular, por lo que era un tema local o de la Ciudad de México, pero los medios de comunicación le dieron la categoría de problema nacional al incluirlo en la sección “Nacional”. Además, se encuadró como un tema económico y hasta internacional.

En la unidad de contexto de generador o fuente informativa fueron 57 las unidades de registro, que por sí mismas generan importancia y encuadres a la información que se publica. Entre los actores que destacan se encuentran: el Jefe de

Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador; el principal *kingmaker* o generador de información en México, el Presidente de la República, Vicente Fox Quesada; diputados federales y locales de los diversos partidos políticos; la Iglesia; las organizaciones no gubernamentales y organizaciones sociales; la iniciativa privada; actores extranjeros; y artistas e intelectuales, etc. Bardin indica que el emisor o productor del mensaje “puede ser un individuo o un grupo de individuos, los emisores. En este caso se insiste en la función expresiva o representativa de la comunicación. En efecto, se puede plantear la hipótesis de que el mensaje expresa y representa al emisor” (1991: 103).

Las fuentes informativas tienen importancia en el periodismo por dos razones principalmente: 1) la inclusión–exclusión que genera el medio en los lectores al publicar la postura o declaración de algunas personas y otras no; y 2) por el valor o importancia que generan los propios actores o fuentes que son admitidos por el medio, debido a que los generadores tienen relevancia en sí mismos. No es lo mismo que la fuente informativa sea el Presidente de la República o provenga de otra persona. Además, los medios van a buscar declaraciones de instituciones y/o personas que ocupen lugares relevantes, de prestigio, que tengan conocimiento del tema o que sean especialistas para que puedan influir en el público.

Además de la capacidad de los medios para tratar de establecer la importancia de la información a través de variables periodísticas cualitativas, éstos hacen uso de atributos o encuadres, para transmitir valores más específicos a la información que publican, principalmente a través de valores positivos, negativos o neutrales, con lo cual además los actores involucrados en una crisis se definen como protagonistas, antagonistas o audiencia, la que se analiza con la unidad de registro de sesgo, atributo o encuadre, con tres unidades de contexto: positiva, negativa y neutral.

Para la definición de las unidades de contexto en la unidad de registro de sesgo o atributo se hizo uso del diferencial semántico de Osgood (1952) y de su análisis evaluativo –sin hacer uso del grado de intensidad o puntuación que propone–, para crear un índice con las palabras de los titulares y del cuerpo del texto (véase anexo III) cuando presentaban adjetivos calificativos y/o adverbios, definiéndose tres unidades de contexto: positivas, neutrales y negativas.

De los estudios y aportaciones de Osgood, Suci y Tannenbaum (1957) destaca el diferencial o diferenciador semántico, técnica propuesta para medir el significado

connotativo de adjetivos, el cual ha sido aplicado a mediciones en la psicología, la sociología, la antropología y los procesos de comunicación social.

Osgood en 1959 presenta la propuesta que tienen en común el énfasis sobre las connotaciones de los enunciados, creyendo que responden a estructuras latentes que están formadas por dimensiones bipolarizadas (positiva y negativamente) y mensurables en escalas, las cuales se encuentran en la compilación de Ithiel de Sola Pool (1959).

Karwoski y Odbert (1938), profesores de Osgood, son los primeros investigadores que llevan a cabo análisis a partir de los adjetivos con significación diametralmente opuestos o bipolares, los cuales permitían la definición de valores extremos sobre dimensiones semánticas. El propio Osgood justificó el procedimiento indicando que “la relación de este fenómeno con la metáfora ordinaria es evidente. Se dice que un hombre feliz se siente ‘arriba’ y un hombre triste ‘abajo’; que el pianista ‘sube’ y ‘baja’ por la escala de los agudos a los graves; que las almas ‘ascienden’ a un buen lugar y ‘descienden’ a un lugar malo...” (1957: 21).

Para Vicente, Cornejo y Barbero, el diferencial semántico “mide las reacciones valorativas de los sujetos a una gran variedad de estímulos verbales, conceptuales, objetos, identidades, personas, roles sociales, conductas, situaciones, colectivos, grupos, etc. en términos de puntuaciones en escalas bipolares definidas por contraste entre adjetivos contrapuestos relativos a los distintos factores valorados” (2006: 303).

El diferencial semántico se puede resumir como la combinación de una asociación controlada, con procedimientos de evaluación sobre escalas calibradas. Los individuos sometidos al análisis deben diferenciar el adjetivo que le parezca más cercano al significado de un concepto, sobre un conjunto de escalas bipolares adjetivales.

La fiabilidad de la técnica de diferencial semántico es alta, como lo señalan Osgood y Sebeok (1965), quienes al utilizar diferentes listas de palabras en diversas condiciones experimentales llegaron a obtener asociaciones iguales hasta en el 80 por ciento de los individuos. Asimismo, el diferencial semántico es una forma muy general de obtener cierto tipo de información, una técnica de medición altamente generalizable, que debe ser adaptada al requerimiento de cada problema de investigación al cual se aplica.

Por su parte, Vinuesa indica que “desde el punto de vista postulado por Osgood, esas realidades no sólo poseen un significado ‘objetivo’; también están revestidas de un significado subjetivo –la actitud valorativa que suscitan en el sujeto que las formula

lingüísticamente–, que el análisis puede revelar. Esta técnica se apoya en el supuesto de que el texto representa en cierto modo al sujeto que es su autor, lo cual se instrumenta por medio de una técnica, ‘el análisis de las aserciones evaluativas’, que pretenden medir las actitudes del sujeto productor del texto respecto de los objetos que aparecen expresados en dicho texto. Se trata de medir, por medio del análisis, tanto la dirección – positiva, negativa o neutra (a favor o en contra)– que es el sentido de la opinión, como la intensidad –más o menos pronunciada– de esas actitudes, que, por tanto, marca la fuerza o el grado de convicción expresada” (1996: 218-219).

Dentro del diferencial semántico, uno de los puntos fundamentales es la identificación del material base, que “lo constituyen conjuntos de proposiciones de atribución o calificación, cuya forma sintáctica es: nombre sustantivo/verbo copulativo/predicado (adjetivo). El procedimiento para la recogida empírica de datos consiste en recabar de los sujetos que relacionen diferentes nombres sustantivos (cualesquiera nombres tomados del conjunto de los sustantivos: «mujer», «bomba atómica», «los negros», «democracia», «Kennedy», «sueño», etcétera) con diferentes contraposiciones dicotómicas de adjetivos (bueno /malo, seguro/peligroso, bello/feo, etcétera)” (Fierro, 1981: 124-125). En el diferencial semántico, Osgood (1957) y Fierro (1981) indican la necesidad de ubicar los nombres sobre una dimensión de siete valores o grados de intensidad, los cuales no se hicieron uso en el presente trabajo de investigación.

Como se indicó en párrafos anteriores, ante la imposibilidad de contar con una plantilla de categorías predeterminada, se construyó un índice de palabras o tesauro que permitiera analizar la información periodística y determinar los atributos o encuadres desde la bipolaridad positivo *versus* negativo⁴⁹ sobre el desafuero de Andrés Manuel López Obrador, pero con el contexto de los generadores o fuentes informativas (Anexo III).

A este respecto Bardin indica que “la unidad de contexto sirve de unidad de comprensión para codificar la unidad de registro. Corresponde al segmento del mensaje cuyo tamaño (superior a la unidad de registro) es óptimo para captar la significación exacta de la unidad de registro. Esto es lo que, por ejemplo, puede ser la frase para la palabra o el párrafo para el tema” (1991: 81).

⁴⁹ En la unidad de registro o variable de sesgo o atributo, la unidad de contexto o valor “neutral” no se analizará ni cuantificará, debido a que no genera una percepción directa en las audiencias.

En el análisis de mensajes políticos, palabras como libertad, orden, progreso, democracia o sociedad, Bardin (1991) subraya que es necesario el contexto para ser comprendidas en su justo sentido, el cual se puede llevar a cabo a través del análisis evaluativo, que tiene por objeto medir las actitudes del sujeto hablante respecto de los objetos con relación a los cuales se expresa. La concepción del lenguaje sobre la que se basa se llama ‘representacional’, es decir, que se considera que el lenguaje representa, refleja directamente a quien lo utiliza. Por consiguiente, pueden acomodarse indicadores manifiestos, explícitamente contenidos en la comunicación, para hacer inferencias al sujeto de la fuente de emisión.

Pero Bardin va más allá y subraya que “en una palabra, las personas tenemos opiniones sobre las cosas, los seres, los fenómenos y las manifestaciones mediante juicio de valor. Una actitud es un núcleo, una matriz a menudo inconsciente; que genera (y que se traduce en) un conjunto de tomas de posición, de calificaciones, de descripciones y de designaciones más o menos coloreadas de evaluación. Volver a encontrar estos ejes de actitudes tras la dispersión de las manifestaciones verbales, tal es el objetivo del análisis de aserción evaluativa” (1991: 120).

Para la clasificación de las características se sometieron a un análisis los enunciados que expresan una evaluación, como son los adjetivos, calificativos y adverbios, tomando en cuenta el contexto de los actores como protagonistas y/o antagonistas, a partir de ser generadores o fuentes informativas en la crisis del retiro del fuero constitucional al Jefe de Gobierno del Distrito Federal.

A continuación se presentan ejemplos del índice o tesoro con un análisis de aserción evaluativa para el presente trabajo. (véase Anexo III para tabla completa)

Titulares de *La Jornada* y *Reforma* para el análisis de aserción

Cuadro No. 8

Positivos	Negativos
Cómplices y liberticidas. Huerta en las fotos de su cartera. Retazos, engrudo y desaseo marcan el “dictamen” de priistas y panistas. ¿Qué sigue? Más chantajes priistas. Provocación y represión. Corregir,	Asestan el primer golpe al gobernante. Se reivindica la ley frente a actos anárquicos dicen Espino y Macedo. Hay buenas noticias, reiteraba Fox en Sinaloa. Macedo de la Concha encomia la

<p>reformar.</p> <p>Como escolares, PRI y AN armaron el dictamen del sí.</p> <p>Golpe a la transición democrática y a la izquierda, afirma Godoy.</p> <p>Sin careta el “gobierno del cambio” ya no podrá simular: López Obrador.</p> <p>Repulsa al desafuero en capitales financieras.</p> <p>¡No estoy solo!</p> <p>López Obrador tranquiliza los mercados.</p> <p>Anuncian agrupaciones del agro acciones de resistencia civil.</p> <p>Juicio político a quienes votaron por el desafuero, plantea Carrancá.</p> <p>Ecos del desafuero en París.</p> <p>Ordena AMLO calma</p>	<p>independencia de la instructora.</p> <p>Creel hace un llamado a evitar confrontación.</p> <p>Beltrones afila la guillotina contra López Obrador</p> <p>Creel orquesta en Tv cuantiosa campaña en contra nuestra: GDF.</p> <p>Amaga comisión del Senado desaparecer los poderes en el DF.</p> <p>Beltrones tramaba la injerencia del Senado.</p> <p>Va el desafuero.</p> <p>Pierde AMLO 3-1</p> <p>Inquieta desafuero.</p> <p>Desploma nerviosismo a la BMV.</p> <p>Dice AMLO adiós.</p> <p>Cae AMLO y acusa.</p> <p>...Va contra todos.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: *La Jornada* y *el Reforma* del 2 al 10 de abril de 2005. Elaboración propia.

La última variable en la base de datos de la etapa de madurez de la crisis es la de sesgo o atributos, con tres valores: positivo, negativo y neutral, de los cuales el análisis del estudio se basó en los dos primeros. Esta variable permite recoger información sobre cómo valora o cómo enjuicia el emisor, la fuente informativa y/o el medio el tema del

desafuero. McCombs destaca que “los media dan una serie de pistas, a través de los atributos cualitativos mediáticos, de los temas que son importantes, y resaltan la presentación de la información en la portada o en una página interior, el tamaño del titular, la extensión de la información, y principalmente la repetición de la historia, la cual al ser presentada por varios días el tema se convierte en importante, le da relevancia al tema en cuestión, lo cual es transmitido a las audiencias” (2004: 24).

El análisis de contenido y el diferencial semántico de Osgood, así como el análisis de aserción evaluativa de Bardin como metodología permitirán cumplir los puntos fundamentales de cualquier investigación: ser fáctico, reproducible, reflexivo, sistemático, empírico, objetivo y racional. Además permitirán ver las estrategias y la capacidad de influencia de los medios analizados en la opinión pública y en los legisladores de la Cámara de Diputados Federal, éstos como encargados de votar sobre el retiro o no del fuero del que era, hasta ese momento, según todas las encuestas (véase cuadro No. 9, en el capítulo 10), el aspirante a Presidente de la República Mexicana más conocido, con mayor aceptación y con mayor probabilidad de triunfo para 2006.

10. ESTUDIO DE CASO: EL DESAFUERO DE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR

Como se señaló en capítulos anteriores, especialmente en el capítulo 8, el desafuero del Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, Andrés Manuel López Obrador (AMLO), proveniente del principal partido de la izquierda mexicana –Partido de la Revolución Democrática (PRD)–, fue durante mucho tiempo uno de los temas principales en las agendas mediática, política y pública en México. Uno de los factores y motivos que provocaban que el desafuero fuera uno de los más importantes puntos de discusión en el país fue, principalmente, el cargo de elección popular que detentaba AMLO; otro, el ser el aspirante con mayor posibilidades de la izquierda mexicana para ser el candidato y ganar la Presidencia de la República en las elecciones de 2006, como lo demostraban casi todas las encuestas (ver Cuadro No.9).

Resultado de las principales encuestas publicadas ante las elecciones de

2006

Cuadro No. 9

Encuestadora	Fuente	Fecha	Calderón	Madrazo	López Obrador
GCE-Diario Monitor	[7]	23 de junio de 2006	31.3	27.4	36.3
El Universal	[8]	23 de junio de 2006	34	26	36
Reforma	[9]	23 de junio de 2006	34	25	36
Ulises Beltrán-La Crónica	⁹	23 de junio de 2006	34	26	34
Mitofsky-Televisa	[10]	22 de junio de 2006	33	27	36
María de las Heras-Milenio	[11]	22 de junio de 2006	30.5	29.6	35.4
Parametría-Excelsior	[12]	20 de junio de 2006	32.5	27	36.5
U. Miami /Zogby	[13]	19 de junio de 2006	34.5	27.1	31.3
GEA-ISA	[14]	18 de junio de 2006	38	23	36
Reforma	[15]	14 de junio de 2006	35	23	37
María de las Heras-Milenio	[16]	13 de junio de 2006	31	29.6	34.2
Mitofsky-Televisa	[17]	13 de junio de 2006	32	28	35
Reforma	[18]	24 de mayo de 2006	39	22	35
Telemundo	¹⁰	23 de mayo de 2006	35	14	30
Zogby	[19]	19 de mayo de 2006	38	25	33
El Universal	[20]	15 de mayo de 2006	39	21	35
Parametría	[21]	11 de mayo de 2006	36	26	34
Ulises Beltrán-La Crónica	[22]	9 de mayo de 2006	37	27	32
GEA-ISA	[23]	4 de mayo de 2006	41	25	31
Mitofsky	[24]	3 de mayo de 2006	35	27	34
Reforma	[25]	3 de mayo de 2006	40	22	33
Demotecnia	[26]	2 de mayo de 2006	36	28	33
Reforma	[27]	25 de abril de 2006	38	23	35
El Universal	¹¹	17 de abril de 2006	34	25	38
Demotecnia	[28]	6 de abril de 2006	31	31	34
Ulises Beltrán-La Crónica	[29]	3 de abril de 2006	34	28	36
GEA-ISA	[30]	31 de marzo de 2006	36	28	34
Mitofsky	[31]	27 de marzo de 2006	30.6	28.8	37.5
Reforma	[32]	16 de marzo de 2006	31	25	41
El Universal	[33]	13 de marzo de 2006	32	24	42

GEA-ISA	[34]	22 de febrero de 2006	27	22	34
Mitofsky	[35]	22 de febrero de 2006	29.8	27.5	39.4
Reforma	[36]	21 de febrero de 2006	31	29	38
El Universal	[37]	20 de febrero de 2006	27	22	30
GEA-ISA	[38]	Febrero de 2006	30	25	30
Parametría	[39]	Enero de 2006	27	26	36
El Universal	[40]	Enero de 2006	27	20	33
Reforma		Enero de 2006	26	22	34
Covarrubias		Enero de 2006	27	22	39
Mitofsky		Enero de 2006	31	29	39
Demotecnía		Enero de 2006	31	30	37
ARCOP		Diciembre de 2005	30	25	28
Covarrubias		Diciembre de 2005	24	16	35
IPSOS-BIMSA		Diciembre de 2005	32	30	33
El Universal		Noviembre de 2005	22	18	34
Parametría		Noviembre de 2005	26	27	34
Reforma		Noviembre de 2005	28	21	29
Mitofsky		Noviembre de 2005	24	26	29
IPSOS-BIMSA		Noviembre de 2005	22	24	29
Covarrubias		Noviembre de 2005	21	22	42
GEA-ISA		Noviembre de 2005	24	23	32

Fuente: Opina México. (2012).

A partir de lo que define Marta Martín Llaguno (2002) como un “Gran Tema”, se puede establecer que el desafuero de Andrés Manuel López Obrador puede ser catalogado como un gran tema, por el espacio y periodo en el que alcanzó una gran cobertura mediática, por lo que formó parte de la agenda mediática, política y pública en México.

El tema para nuestro análisis es una situación de crisis que terminó siendo calificada de “político-gubernamental-electoral”. El motivo de hacer uso del adjetivo “político” radica en el hecho, como ya se ha descrito, de que los actores involucrados fueron los principales partidos políticos de México (PAN, PRI y PRD⁵⁰). Por otro lado, la denominación de “gubernamental” se debe a que gran parte del enfrentamiento se dirimió entre el Gobierno Federal, su titular, el Presidente de la República (Vicente Fox Quesada, de extracción panista) y el Gobierno del Distrito Federal, con su ejecutivo, Andrés Manuel López Obrador. Finalmente, es una crisis “electoral” por las implicaciones que podrían registrarse en la elección de julio de 2006 para Presidente de la República, debido a que el Jefe de Gobierno de la Ciudad de México era el que mayor simpatía y aceptación tenía entre el electorado mexicano según las encuestas realizadas, como se aprecia en la tabla No. 9.

La crisis del desafuero de Andrés Manuel era de tipo anunciada (véase el capítulo 7, apartado 2.1), puesto que la posibilidad de que se realizara la discusión sobre

⁵⁰ Partido Acción Nacional (PAN), Partido Revolucionario Institucional (PRI) y Partido de la Revolución Democrática (PRD).

el retiro del fuero de López Obrador en la Cámara de Diputados, era de conocimiento público. La única opción para que esto no ocurriera implicaba que el Jefe de Gobierno de la Ciudad de México indemnizara a los afectados por la expropiación del predio “El Encino”, ubicado en una de las zonas de mayor plusvalía de México (Santa Fe), pero esto no ocurrió. La consecuencia de esta decisión, como ya se ha dicho, fue que los partidos políticos opositores a Andrés Manuel López Obrador, (Partido Acción Nacional y Partido Revolucionario Institucional) apoyaron el retiro del fuero y que se le condenara penalmente, por lo que podría perder su condición de ciudadano y por lo tanto no presentarse como candidato de la izquierda mexicana a las elecciones para la Presidencia de la República en el 2006.

La crisis del desafuero estaba catalogada como de nivel alto (véase el capítulo 7, apartado 4) al tener las cinco características necesarias para calificarla como tal, como se comprueba con la cobertura mediática: 1) los protagonistas llevaban a cabo acciones reactivas por la presencia de antagonistas que buscan afectar la imagen del gobernante capitalino, su administración y su partido; 2) le dedicaban tiempo para debatir sobre el desafuero y establecer encuadres o atributos favorables por los protagonistas y desfavorables por los antagonistas; 3) fueron puestos a disposición recursos humanos en declaraciones y posturas de ambas partes; 4) se registró una amplia cobertura de los medios masivos de comunicación con el uso de encuadres; y 5) la imagen del gobernante capitalino, la de su administración y la de su partido político se veían amenazadas.

Una vez aclarado el tema objeto de estudio para demostrar y conseguir nuestros objetivos, así como comprobar nuestras hipótesis, hemos dividido nuestro análisis en dos apartados que consideramos nodales. En el primero, se realiza el análisis cuantitativo de los dos medios impresos seleccionados (*La Jornada* y *Reforma*) para definir las etapas de la crisis a partir de cómo se destaca el tema por parte de los medios. Como se explicó en el capítulo anterior, se seleccionaron las informaciones sobre el retiro del desafuero a AMLO publicadas a 8 columnas, en texto e imagen, durante 12 meses, concretamente del 13 de mayo de 2004 al 13 de mayo de 2005. Las variables o unidades analizadas han sido el medio, el género periodístico⁵¹ y la fecha. Este primer análisis, que alcanzó 93 registros, tiene como finalidad establecer las diferentes fases de la crisis político-gubernamental-electoral que se registró en México.

⁵¹ Como se comentó en la metodología (ver capítulo 9) , en la variable género se incluyeron los valores o unidades de contexto de elementos o herramientas periodísticas cualitativas.

En el segundo apartado, la muestra se redujo a 9 días, del 2 al 10 de abril de 2005. Estas fechas fueron seleccionadas por la cantidad de información en las 8 columnas sobre el desafuero durante el año analizado, siendo los días que se publicó el mayor número de ocasiones como la noticia más importante; por el alto número de impactos registrados en los 9 días, un total de 935 inserciones sobre el tema en los dos impresos; y por la resolución, el primero de abril, de la Sección Instructora que votó en favor de la discusión del desafuero ante el pleno de la Cámara de Diputados de México, y la del 7 de abril cuando con una votación de 360 legisladores a favor, 125 en contra y dos abstenciones, se aprobó el desafuero de Andrés Manuel López Obrador. Los nueve días es el momento más álgido de la crisis entre el Gobierno Federal y la administración de la Ciudad de México. De forma particular, el 8 de abril, cuando se publica el acuerdo de retirar el fuero constitucional a López Obrador en los medios impresos se alcanza la mayor cifra, 182 impactos, sobre el tema en *La Jornada* y el *Reforma*.

El desarrollo de este apartado permitirá conocer de primera mano el manejo del desafuero de López Obrador por parte de los medios y los actores involucrados; determinar la importancia de un tema, el ¿qué deben pensar? los públicos de los medios de comunicación; y asimismo, detallar lo más relevante que se presenta en la agenda mediática, que se convertirá, sin lugar a dudas, en el tema de la agenda pública.

10.1. HISTORIA DEL DESAFUERO

En la administración de López Obrador como Jefe de Gobierno capitalino se registró un hecho fundamental en la vida política del tabasqueño, la discusión y el retiro de su fuero constitucional, situación en la que intervinieron los más diversos actores de los sectores, político, empresarial, eclesiástico, educativo, mediático, entre muchos otros; además que se registró el involucramiento de la población mexicana.

El desafuero de AMLO era un tema de discusión prioritario en las tres principales agendas: política, mediática y pública durante 2004 y 2005; situación que alcanzó el clímax o la fase más grave de una crisis en abril de 2005, cuando la Cámara de Diputados decidió llevar a votación, ante el pleno legislativo, el retiro o no de la inmunidad judicial del gobernante de la Ciudad de México. López Obrador era el aspirante con más simpatías en el electorado mexicano en ese momento, como lo señalaban las encuestas, y por lo tanto, el candidato a vencer en las elecciones presidenciales de julio de 2006. El desafuero sería utilizado por Andrés Manuel y sus simpatizantes, como protagonistas, para obtener beneficios para el Jefe de Gobierno en

sus aspiraciones a la Presidencia de México; y por sus adversarios, los antagonistas, para afectarlo, lo más posible en la carrera presidencial.

Los días de mayor tensión en la crisis del desafuero del gobernante capitalino fueron en abril de 2005, de forma puntal, del 2 al 10 de abril. El 1° de abril, noticia publicada en medios impresos el 2 de abril, la Sección Instructora acuerda llevar a votación ante el pleno legislativo el posible retiro del fuero constitucional al Jefe de Gobierno del Distrito Federal, situación que se llevó a cabo el 7 del mismo mes y año, publicada el 8 de abril en los diarios, aprobándose por mayoría de votos el desafuero de Andrés Manuel López Obrador, por lo que se podría proceder penalmente contra el tabasqueño; pero además se acordaba separarlo del cargo de Jefe de Gobierno del Distrito Federal mientras estuviera sujeto a proceso penal, resolutivo que sería fuertemente discutido en los últimos días de la madurez de la crisis.

El inicio del desafuero del Jefe de Gobierno capitalino se remonta al 2000; el 9 de noviembre de ese año la entonces titular del Gobierno del Distrito Federal, Rosario Robles Berlanga⁵², al final de su administración expropió parte del predio denominado “El Encino”; decreto que es publicado el 10 de noviembre de 2000, en el que se señala que “se expropien en favor del Gobierno del Distrito Federal, dos fracciones de terreno del predio denominado ‘El Encino’, ubicado en la Zona la Ponderosa, en la Delegación Cuajimalpa de Morelos del Distrito Federal, la primera con superficie de 6.287.493 (...) y la segunda con superficie de 7.119.919” (Secretaría de Gobernación, 2010: 2-3), que permitió la construcción de una vialidad para el acceso al hospital privado, el Centro Médico ABC, uno de los nosocomios más caros y exclusivos de todo el país, pero que el Gobierno de la Ciudad de México aseguraba que la avenida era necesaria para “generar un circuito que permita el acceso desde y hacia la lateral (de la carretera) México–Toluca, mejorando la circulación y comunicación en la zona” (Secretaría de Gobernación, 2010: 5).

En el dictamen emitido por la Sección Instructora de la Cámara de Diputados, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 8 de abril de 2005, se narra el procedimiento llevado por la Promotora Internacional Santa Fe, S.A. de C.V., en contra del Gobierno del Distrito Federal desde 2000, en el que se presentan todos los pormenores de ambas partes, entre los cuales destacan acciones tanto de los quejosos

⁵² Rosario Robles fue Jefa del Gobierno del Distrito Federal del 29 de septiembre de 1999 al 4 de diciembre de 2000 bajo la bandera del PRD. Asimismo, fue Presidenta Nacional del Sol Azteca de 2002 a 2003. Actualmente, se desempeña como Secretaria de Desarrollo Agrario, Teeritorial y Urbano en el gobierno priista del presidente Enrique Peña Nieto.

como del gobierno capitalino. El primero de ellos para evitar la expropiación del terreno y posteriormente en señalar la violación constante y reiterada de las autoridades de la administración capitalina de no cumplir con la suspensión de obras en el terreno y permitir el acceso al resto del terreno; mientras que el GDF buscaba llevar a cabo la expropiación, la realización de la obra vial y demostrar que acataba las resoluciones judiciales.

El 4 de diciembre de 2000, un día antes que asumiera la titularidad del Gobierno de la Ciudad de México Andrés Manuel López Obrador, el apoderado legal de Promotora Internacional Santa Fe, S.A. de C.V., Licenciado Fernando Espejel Cisneros, interpuso una demanda de amparo ante el Juez de Distrito en Materia Administrativa en Turno, en el Distrito Federal, ante el Decreto Expropiatorio del 9 de noviembre de 2000; además solicitó la suspensión provisional de todo acto en el terreno “El Encino”, “debido a la dificultad para reparar el daño ocasionado con la pérdida de la posesión del predio” (Secretaría de Gobernación, 2010: 6).

El 13 de diciembre del 2000, ya como Jefe de Gobierno López Obrador, el “Juez Noveno de Distrito en Materia Administrativa en el Distrito Federal, precisando que en atención a lo ordenado por el Séptimo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito, en el recurso de queja 457/2000(X) otorga la Suspensión Provisional para el efecto de que las autoridades responsables se abstengan de bloquear y cancelar los accesos al predio de la quejosa, medida que surte efectos desde luego y hasta en tanto se resuelve sobre la Suspensión Definitiva” (Secretaría de Gobernación, 2010: 7). El 14 de diciembre del mismo año, a solicitud del apoderado del predio, se llevó a cabo una inspección ocular en “El Encino” por el Actuario Judicial Salvador Soriano Reyes, “dando fe que continúan los trabajos de construcción de las vialidades” (Secretaría de Gobernación, 2010: 7).

El 15 de diciembre de 2000 se dicta una sentencia interlocutoria por el Juez Noveno de Distrito en Materia Administrativa en el Distrito Federal. Ésta señala: “... Resuelve conceder la Suspensión Definitiva para el único efecto de que las autoridades responsables paralicen los trabajos de apertura de vialidades sólo en la parte de las fracciones expropiadas que servían de acceso al predio denominado ‘El Encino’, ubicado en la zona La Ponderosa, en la Delegación del Distrito Federal en Cuajimalpa de Morelos, así como para que se abstengan de bloquear y cancelar los accesos al predio de la quejosa, hasta en tanto se pronuncie sentencia ejecutoria en el expediente principal” (Secretaría de Gobernación, 2010: 8). Por su parte, el Jefe de Gobierno de la

Ciudad de México y el Secretario de Gobierno interponen un recurso de revisión contra el resolutivo mencionado; recurso que no es aceptado hasta el 9 de enero de 2001, en el que señalaban que los accesos al terreno se encontraban libres.

La presentación de oficios y solicitudes, así como de respuestas se va alargando con el tiempo. El 26 de diciembre el apoderado legal de la Promotora Internacional Santa Fe, S.A. de C.V., solicita a través de un escrito que “se requiera a las autoridades responsables el debido cumplimiento de su resolución en la cual concede al quejoso la suspensión definitiva en el presente juicio, toda vez que las mismas continúan con los trabajos de movimiento de tierra y excavaciones en las zonas expropiadas, utilizando a terceras personas como es la empresa paraestatal del Gobierno del Distrito Federal, Servicios Metropolitanos S.A. de C.V.” (Secretaría de Gobernación, 2010: 8). Misma fecha en la que se notifica y solicita a las autoridades responsables en el amparo detengan los trabajos de apertura de la vialidad.

A pesar de las notificaciones para suspender la construcción de la avenida Vasco de Quiroga en el predio “El Encino”, los trabajos continuaron. El 5 de enero de 2001, el Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en el Distrito Federal solicitaba en el plazo improrrogable de 24 horas que las autoridades del DF remitieran las constancias que acreditaran de forma indubitable haber dado cumplimiento a la resolución incidental del 15 de diciembre de 2000, de paralizar los trabajos en el predio.

El 16 de enero y el 7 de febrero de 2001, ante notario público, se da fe de la continuación de los trabajos por parte del Gobierno de la Ciudad de México. Para el 22 de febrero de 2001, el Séptimo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito en el Distrito Federal resuelve el recurso de revisión y concede la suspensión definitiva dictada por el Juez Noveno de Distrito en Materia Administrativa en el Distrito Federal. El 12 de marzo del mismo año, en una inspección judicial el Actuario del Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en el Distrito Federal indica que en el predio se han llevado a cabo trabajos de excavación y cortes en el cerro; existe la presencia de elementos de la Secretaría de Seguridad Pública del DF y existe la imposibilidad de acceder al predio “El Encino”; con lo cual demuestra que “han realizado actos que violan la suspensión provisional” (Secretaría de Gobernación, 2010: 11).

El 27 de marzo de 2001, el Gobierno de la Ciudad de México de nueva cuenta interpone un recurso de revisión contra la sentencia interlocutoria del 14 de marzo, el cual es resuelto el 9 de abril del mismo año en el que se le concede, a la quejosa

Promotora Internacional Santa Fe, S.A. de C.V., la suspensión y detención de los trabajos en el multicitado terreno. El 9 de abril de 2001 nuevamente el apoderado legal ofrece pruebas con las que acredita que las autoridades responsables “no quisieron ni quieren cumplir con la suspensión provisional” (Secretaría de Gobernación, 2010:12).

En el entramado jurídico, el 27 de marzo de 2001 el Gobierno de la Ciudad de México interpone un nuevo recurso de revisión contra la sentencia interlocutoria del 14 de marzo del mismo año; que es resuelto el 9 de abril y se concede una vez más la suspensión definitiva de la obra en favor de los quejosos. El mismo 9 de abril, el apoderado legal ofrece pruebas con las cuales demuestra que “las autoridades responsables no quisieron ni quieren cumplir con la Suspensión Definitiva” (Secretaría de Gobernación, 2010: 12). El 20 de agosto de 2001, el apoderado legal de la Promotora Internacional Santa Fe, S.A. de C.V., promueve un nuevo Incidente de Violación a la Suspensión Definitiva, debido a que las autoridades responsables continúan con las obras de la apertura de vialidades.

El 28 de agosto de 2001 se lleva a cabo una diligencia de inspección ocular, para verificar la violación a la suspensión definitiva, en la cual se da fe de que se continúa con las obras en “El Encino”. El 30 de agosto se dicta la resolución del incidente del 20 de agosto a partir de la verificación del 28 del mismo mes y año, en la que se declara fundado el incidente de violación a la suspensión definitiva. A pesar de los resolutivos, el 25 de septiembre de 2001, el apoderado legal de la Promotora Internacional Santa Fe, S.A. de C.V., presenta un escrito para indicar que las autoridades continúan trabajando en el predio “haciendo el Jefe de Gobierno del Distrito Federal caso omiso a la suspensión definitiva otorgada, por resolución de fecha treinta de agosto de dos mil uno” (Secretaría de Gobernación, 2010: 18). Por tanto, es requerida a la autoridad que acredite el cumplimiento a la resolución de violación a la suspensión definitiva.

Ante la negativa de detener los trabajos en “El Encino”, el 29 de octubre de 2001, el Juez Noveno en Materia Administrativa en el Distrito Federal ordena girar un oficio a la Asamblea Legislativa del Distrito Federal para que conmine al Jefe de Gobierno a dar cabal cumplimiento a la resolución del 30 de agosto. Asimismo, el 6 de noviembre de 2001 por oficio, “mediante el cual el Agente del Ministerio Público de la Federación, adscrito al Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en el Distrito Federal, envía oficio al Director General del Ministerio Público Especializado “A” de la Procuraduría General de la República, remitiéndole copias certificadas en trescientas setenta y cuatro fojas útiles del amparo número 862/2000, pues se presume

violación a la Suspensión Definitiva, otorgada a la quejosa el catorce de marzo de dos mil uno” (Secretaría de Gobernación, 2010: 21). El 8 de diciembre de 2001 “dentro de la averiguación previa A.P. 1339/FESPLE/2001, mediante la cual el Agente del Ministerio Público de la Federación, Titular de la Mesa X-FESPLE, Licenciado Carlos Arredondo Montiel, cita al Licenciado Fernando Espejel Cisneros a comparecer ante dicha autoridad el siete de febrero de dos mil dos, a efecto de que manifieste lo que a su derecho convenga respecto a los hechos que se investigan en la indagatoria citada” (Secretaría de Gobernación, 2010: 21). Con lo anterior se inicia el procedimiento judicial en contra de las autoridades del Distrito Federal por desacato.

Para 2002 las denuncias y respuestas por el predio “El Encino” se circunscriben en el alegato de la apertura de acceso al resto del terreno, donde la parte acusadora indica que no se han respetado los accesos y el Gobierno capitalino indica que se ha cumplido cabalmente lo indicado por el juez. El 1° de febrero de 2002, el Gobierno del Distrito Federal hace llegar un escrito al Juez Noveno de Distrito en Materia Administrativa en el Distrito Federal, con el que informa que se ha respetado la suspensión definitiva concedida a la quejosa y que existe acceso al predio por las zonas sur y noreste. En respuesta, el 6 de febrero del mismo año, el apoderado legal de nueva cuenta presenta un escrito con el cual los quejosos acreditan con notario público que los trabajos de apertura de vialidades no se han efectuado en la zona que servía de acceso al predio, lo que es comprobado el 11 de febrero con una inspección ocular por el juzgado, quien el 13 de febrero requiere:

“... al Jefe de Gobierno del Distrito Federal y a las demás autoridades responsables, para que en un término de tres días al en que queden debidamente notificadas de este proveído ‘retiren toda la maquinaria y equipo de construcción que se encuentre en las fracciones expropiadas a la parte quejosa, pues con dicha medida, el suscrito tendrá la certeza que las autoridades responsables no están realizando ni realizarán obras de construcción carretera, hasta en tanto, no se dicte sentencia ejecutoria en el cuaderno principal de donde deriva este incidente’; bajo apercibimiento que de no acatar dicha orden en el plazo concedido, se iniciarán los procedimientos necesarios y tomarán las medidas necesarias conforme a la Ley de Amparo a efecto de que se cumpla con lo que aquí se ordena, y, como consecuencia con la suspensión definitiva acordada...” (Secretaría de Gobernación, 2010: 22).

El 2 de agosto de 2002 se da a conocer al Jefe de Gobierno la posibilidad de separarlo de su cargo en caso de no acatar los ordenamientos que se le habían realizado:

“el Séptimo Tribunal Colegiado del Primer Circuito en el Distrito Federal, ordenando se requiera al Jefe de Gobierno del Distrito Federal, como autoridad responsable contra la que se concedió el Amparo, para que en un término de diez días hábiles, compruebe el acatamiento a la ejecutoria materia del incidente, o bien, exponga ante este Tribunal la razón para no cumplirla, apercibiéndolo de que, en caso de ser omiso, se continuará el procedimiento respectivo que puede culminar con una resolución que, en los términos del artículo 107, Fracción XVI de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, ordene la separación del cargo del titular responsable y su consignación penal ante un Juez Federal” (Secretaría de Gobernación, 2010: 24).

Para el 11 de octubre de 2002 el representante legal de la Promotora Internacional Santa Fe, S.A. de C.V., presenta un escrito en el que informa al Procurador General de la República, Rafael Macedo de la Concha, la situación que guarda el terreno “El Encino” y el incumplimiento del Jefe de Gobierno de la Ciudad de México a la suspensión definitiva. El 1° de noviembre del mismo año, Agustín M. Rodríguez Mendoza, Agente del Ministerio Público de la Federación, Titular de la Mesa VII-FESPLE, adscrito al Juzgado Noveno de Distrito, da vista de hechos posiblemente constitutivos del delito de violación a la Ley de Amparo (artículo 206), en contra de Andrés Manuel López Obrador, Jefe de Gobierno del Distrito Federal, por lo que acuerda radicar la averiguación previa número 1339/FESPLE/2001, en la Unidad Especializada en la Investigación de Delitos Contra el Ambiente y Previstos en Leyes Especiales.

El 26 de febrero de 2003, el Séptimo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito en el Distrito Federal señala que el Jefe de Gobierno del Distrito Federal no ha dado cumplimiento a la ejecutoria de amparo, “dado que en diversas ocasiones ha manifestado que en su concepto resulta materialmente imposible por causas de utilidad pública, el cumplimiento requerido con relación a la restitución del predio correspondiente, y en la especie, la esencia del cumplimiento estriba en la devolución de los terrenos materia del acto reclamado, de suerte que existe inejecución de la sentencia de amparo en razón de que con las citadas manifestaciones la responsable se ha rehusado al cumplimiento eludiendo acatar lo ordenado en la ejecutoria y provocando que el quejoso no sea restituido en el goce de la garantía constitucional vulnerada” (Secretaría de Gobernación, 2010:25).

De la averiguación previa número 1339/FESPLE/2001 se desprenden declaraciones tanto de los afectados como de diversos servidores públicos del Gobierno

del Distrito Federal en todo 2003 para demostrar estos últimos que no existió conducta alguna que implique violación a la suspensión definitiva. El 23 de octubre de 2003, el Jefe de Gobierno, Andrés Manuel López Obrador, a través de un escrito firmado por José Agustín Ortiz Pinchetti, Secretario de Gobierno del DF, argumenta que no llevó a cabo ninguna conducta que implique violación a la suspensión definitiva, dentro de la averiguación previa número 1339/FESPLE/2001. Las declaraciones, ampliaciones y presentación de pruebas por las dos partes se prolongarían hasta enero de 2004.

El 17 de febrero de 2004 el Sexto Tribunal Colegiado en Materia Penal del Primer Circuito “resuelve que la Justicia de la Unión Ampara y Protege a Promotora Internacional Santa Fe, S.A. de C.V., contra el acto reclamado del Agente del Ministerio Público de la Federación, que el plazo de treinta días que fija el Juez de Amparo a la autoridad responsable para resolver la procedencia o no del ejercicio de la acción penal, es el prudente y razonable” (Secretaría de Gobernación, 2010: 30).

El 5 de marzo de 2004, el Juzgado Cuarto de Distrito “A” de Amparo en Materia Penal en el Distrito Federal notificó al Agente del Ministerio Público de la Federación, Titular de la Mesa 15 de la Fiscalía para la Atención de Delitos Cometidos por Servidores Públicos y Previstos en Leyes Especiales de la Procuraduría General de la República, “que tiene un término de treinta días hábiles a efecto de dar cumplimiento a la ejecutoria de fecha veintisiete de febrero de dos mil cuatro, con el apercibimiento que de no hacerlo así, se procederá conforme a lo establecido en el artículo 105 de la Ley de Amparo, (Amparo 1141/2003-5)” (Secretaría de Gobernación, 2010, p. 29). El 13 de abril de 2004, se informa al Juez Cuarto de Distrito “A” de Amparo en Materia Penal en el Distrito Federal el cumplimiento de la ejecutoria dictada en el Juicio de Amparo 1141/2003-5, la cual se encuentra en vía de ejecución.

El 27 de mayo de 2004 es una fecha clave dentro del proceso del retiro del fuero constitucional al Jefe de Gobierno capitalino; ese día “la Sección Instructora resolvió por mayoría de votos de sus integrantes instaurar el procedimiento de declaración de procedencia en contra del servidor público inculcado Andrés Manuel López Obrador, Jefe de Gobierno del Distrito Federal, ordenando otorgarle un plazo de siete días naturales contados a partir del día siguiente del que fuera notificado el acuerdo, para que manifieste lo que a su derecho convenga” (Secretaría de Gobernación, 2010: 31). La resolución es notificada al Jefe del Gobierno del Distrito Federal el 3 de junio de 2004, por lo que se inician los trabajos para llevar a cabo el desafuero del gobernante capitalino en la Cámara de Diputados a través de la Sección Instructora, la cual fue

integrada por cuatro legisladores: Presidente, Horacio Duarte Olivares, del Partido de la Revolución Democrática. Secretaria, Rebeca Godínez y Bravo, del Partido Revolucionario Institucional. Integrante, Diputado Francisco Cuauhtémoc Frías, también del PRI. Y como cuarto Integrante, Álvaro Elías Loredó, del Partido Acción Nacional.

10.2. LA AGENDA MEDIÁTICA, UN AÑO DE SEGUIMIENTO

La importancia de un tema en la agenda mediática es posible determinarla a partir de la información que publican los medios impresos en su portada a lo largo de un periodo. Como se expuso en este capítulo, la repetición o presencia casi permanente del tema permite definirlo como “un gran tema” en palabras de Llaguno (2002) (véase capítulo 10) y como una crisis según González (1999) (véase el capítulo 7). Y la noticia de mayor relevancia o importancia para el propio medio es según Gomis (1991), Miralles (2004) y Leñero y Marín (1986) aquella que se publica a 8 columnas. Relevancia que es transferida a sus lectores.

El análisis cuantitativo se realizó del 13 de mayo de 2004 al 13 de mayo de 2005, 12 meses en los que se capturaron los impactos informativos de mayor importancia en los dos medios seleccionados, *La Jornada* y *Reforma*. De los 360 días que se siguieron, se obtuvieron 93 publicaciones, tiempo en el que se capturaron, como se indicó, las siguientes variables: medio, género periodístico y fecha. Para la variable o unidad de registro de género solamente se definieron dos valores o unidades de contexto: 8 columnas tanto para la información como para las fotografías, pero se catalogan de manera separada porque en ocasiones la nota de mayor importancia en el medio impreso no coincide con la imagen más importante que se presenta. Pero, en cualquier caso y según lo estudiado al respecto, el texto a 8 columnas y la fotografía a 8 columnas transmiten un mensaje claro y directo a las audiencias sobre lo que es relevante.

La información que se publica a 8 columnas en texto o en fotografía es fundamental para los medios impresos internamente al ser la noticia de mayor importancia. Asimismo, será para sus lectores, quienes le darán la más alta jerarquía en comparación con el resto de la información que publica el periódico. Dentro de todas las noticias que recibe un medio informativo, quienes o quien toma la decisión de seleccionar la información que será publicada en el medio, en este caso en el periódico, debe escoger entre toda la información que reciben de sus periodistas, corresponsales, agencias de noticias, boletines y otros medios, una sola noticia que se presentará a 8 columnas, así como una imagen que destacará en la portada del diario o la que será la fotografía a 8 columnas.

Los medios de información, como los analizados en el presente estudio, reciben un sinnúmero de informaciones, como se indicó en el párrafo anterior, de sus

periodistas, corresponsales, agencias, boletines, oficinas de prensa, entre muchos otros, las cuales se deben clasificar y seleccionar, por el o los *gatekeepers*, cuales serán las noticias que serán publicadas en las páginas del diario y de forma particular en la portada y como la noticia de mayor importancia. En el caso de *La Jornada* y de *Reforma*, periódicos de carácter nacional, y por el número de páginas que tienen, llegan a publicar un promedio de 200 a 300 noticias en un día en todas su páginas, por lo que es relevante que una sola nota y una fotografía se presenten como las más importantes, como la noticia a 8 columnas y la fotografía a 8 columnas. La relevancia que le imprime el periódico es transmitida a sus lectores, de ahí el valor de su análisis en la primera fase del presente estudio.

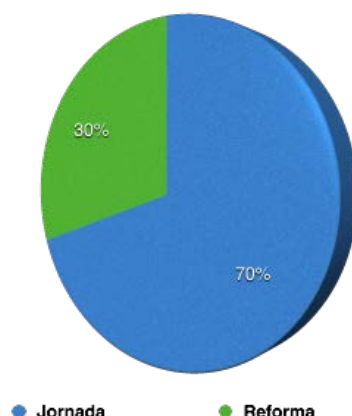
10.2.1. La cobertura de la crisis

Ya hemos dejado claro que claro, el desafuero fue un tema de gran importancia en y para México durante 2004 y los primeros cinco meses de 2005. La mejor forma de demostrarlo y confirmarlo han sido las 93 referencias aparecidas en las portadas de los periódicos seleccionados durante el año de análisis (2004-2005) (véase anexo I), con lo que se puede establecer, como punto de partida, que este tema estuvo presente de forma constante en la agenda mediática de *La Jornada* y *Reforma*.

Otra cuestión es si el volumen de información es parejo en ambos medios. El resultado ha sido que no, que este tema fue presentado de forma desigual. *La Jornada* (de izquierdas y próximo al actor principal de la crisis, Andrés Manuel López Obrador) publicó 65 informaciones a 8 columnas, el 70 por ciento del total, mientras que *Reforma* (de tendencia derechista) publicó 28, es decir, el 30 por ciento de las 93 seleccionadas.

Gráfico 1

8 columnas La Jornada vs Reforma



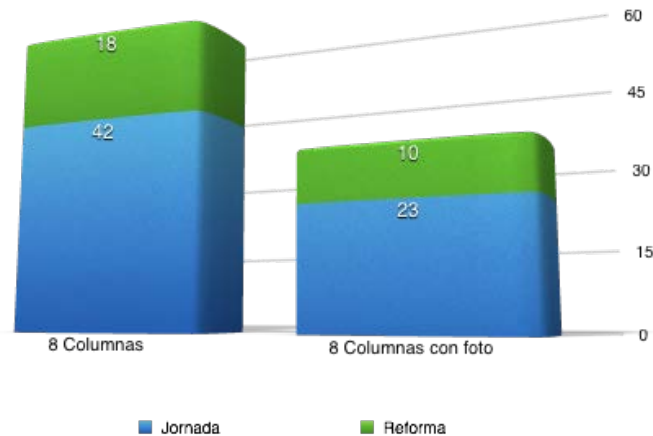
Fuente. Elaboración propia.

Como se mencionó, *La Jornada* fue el medio que le dio una mayor cobertura, con lo que obtuvo una mayor presencia en su agenda mediática. Se puede decir que este periódico intentó mantener de una forma más constante el tema en su agenda en comparación con el *Reforma*, pero, como se explicó al inicio de este capítulo, también se ha diferenciado entre información y fotografía, porque en los medios impresos, en general, no siempre hay coincidencias entre la imagen y el tema más relevante, es decir, presentados a 8 columnas. Además, fue necesario poner atención en la fotografía porque para los individuos lo visual es muy importante, ya que se piensa que vale más una imagen que mil palabras. Aunque en este estudio se encontró 64,5 por ciento de información en formato texto frente a 35,5 por ciento en fotografía.

La distribución de este tipo de género periodístico en los dos periódicos analizados es prácticamente coincidente con la distribución ya expuesta (véase gráfica 1). Así tenemos que en el caso del diario *La Jornada* se recogieron 42 notas a 8 columnas, el 70,0 por ciento, frente a 18 del *Reforma*, el restante 30,0 por ciento. En la fotografía de mayor importancia sumaron en el diario de izquierda 23 imágenes a 8 columnas de un total de 33, lo que supone el 69,7 por ciento; mientras en el diario de derecha el número de fotografías fue 10, esto es, el 30,3 por ciento del total.

Gráfico 2

La Jornada vs Reforma anual género periodístico



Fuente: elaboración propia.

Según estos datos, es el diario *La Jornada* el que da una mayor cobertura al tema analizado, tanto en texto como en imagen, por lo que se produce una correlación entre la tendencia ideológica del medio y la del actor principal involucrado en la situación de crisis político-gubernamental con repercusión electoral, puesto que ambos son de izquierdas. Más adelante se verá si esa correlación se mantiene respecto de los atributos e imágenes transmitidos en dichas informaciones (positivo/negativo; a favor /en contra).

10.2.2. La cobertura de la crisis mes a mes

En este apartado nos centraremos en el volumen de informaciones a 8 columnas recogidas y analizadas en los dos medios seleccionados durante un año y mes a mes (mayo 2004 a mayo 2005), independientemente de si son texto o fotografías. Estos datos son para poder establecer las etapas de la situación de crisis de esta investigación. Se puede decir, según los datos obtenidos, que en mayo de 2004 se registra el inicio de la crisis, con 9 impactos a 8 columnas, el 10 por ciento del total, debido a la solicitud de la Procuraduría General de la República (PGR) para desaforar al Jefe de Gobierno del Distrito Federal (GDF). En junio de 2004 se presentan cuatro impactos, 4 por ciento, por lo que es en este mes cuando inicia la etapa de desarrollo de la crisis. En julio, de nuevo disminuye, con una única información, esto es el 1 por ciento. Al mes siguiente, en agosto, se registra un repunte al encontrar siete informaciones y en septiembre hay nueve, es decir, 8 por ciento y 10 por ciento, respectivamente, por lo que se mantiene la etapa de desarrollo.

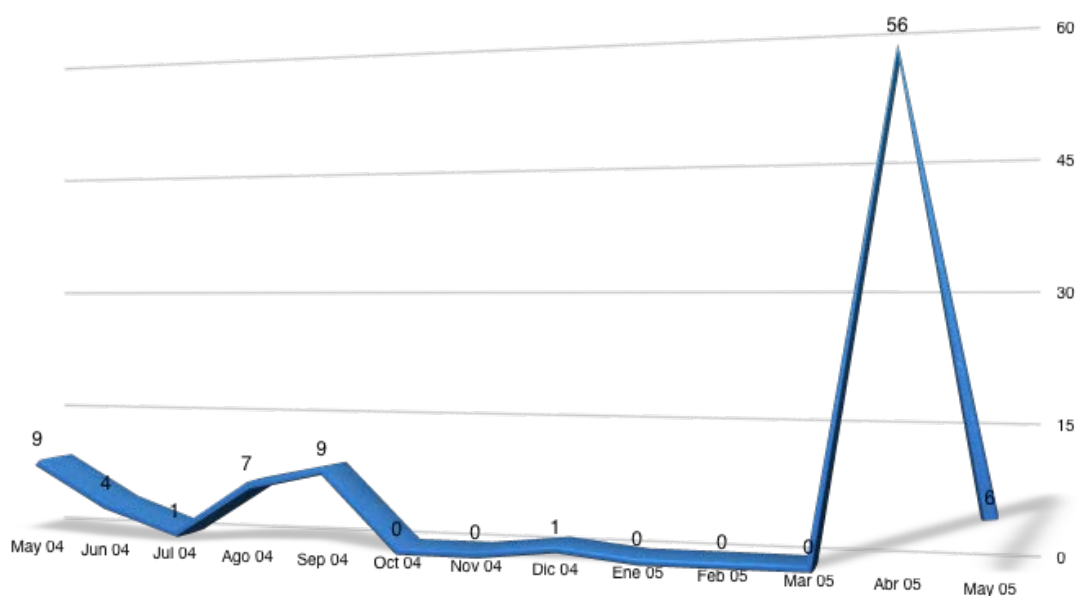
En otoño de 2004, hay nuevamente una caída de informaciones a 8 columnas en la cobertura del desafuero de López Obrador como noticia principal, al no haber ninguna ni en octubre ni en noviembre y una en diciembre (1 por ciento). Tendencia que se va a mantener en la primavera de 2005; enero, febrero y marzo son meses en los que continúa la etapa de desarrollo de la crisis.

A partir de abril la tendencia cambia al encontrarnos con la mayor cobertura en todo el año analizado. De hecho éste será el mes con un mayor volumen al encontrar 56 informaciones a 8 columnas, lo que representa el 60 por ciento del total y, según los números, se convierte en lo que denominamos la etapa de madurez de la crisis. De forma específica, el mayor número de publicaciones se registra del 2 al 10 de abril, por lo que dicho periodo es analizado de forma profunda para conocer el manejo de la información del desafuero por cada diario.

Posterior a abril, la cobertura empieza a disminuir considerablemente, seis informaciones en mayo (6 por ciento), lo que conlleva al declive o etapa final de la crisis. La última noticia que se recoge sobre el tema es del 13 de mayo de 2005, lo que ha supuesto el punto final de esta crisis.

Gráfico 3

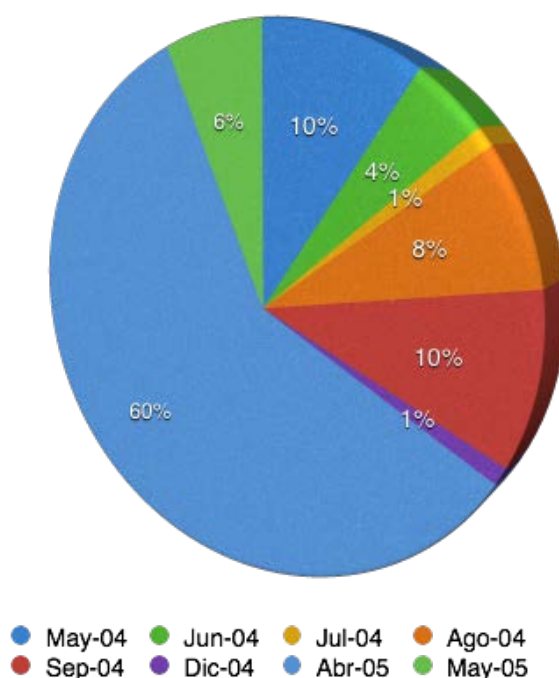
8 columnas anual por mes



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 4

8 columnas anual por mes en porcentaje



Fuente: elaboración propia.

10.3. UNA CRISIS POLÍTICO-GUBERNAMENTAL-ELECTORAL

El seguimiento durante el año permite identificar el tiempo en el que se presenta la mayor discusión sobre el tema del desafuero, la etapa de mayor enfrentamiento entre quienes aprobaban, en primera instancia, la discusión ante el pleno de la Cámara de Diputados para el retiro del fuero de Andrés Manuel y quienes rechazaban la discusión sobre el desafuero del jefe de gobierno capitalino. Este periodo ha permitido detectar las fases de la situación de crisis a partir del estudio de la cobertura mediática en los medios seleccionados, día a día.

10.3.1. La crisis día a día

Siguiendo con el presente análisis y una vez aclaradas algunas cuestiones respecto del objeto de éste, se evaluará la cobertura mediática día a día en los dos diarios analizados.

Al realizar el análisis anual por día, se obtuvo una información más detallada sobre el objeto de estudio al poder apreciar claramente los diferentes picos (mínimo,

bajo, medio y alto⁵³) por los que ha atravesado la cobertura de la crisis del desafuero, lo que permitirá determinar las etapas de esta crisis. Como siempre se contabilizarán las informaciones a 8 columnas aparecidas en ambos medios, pero, en este caso, sin diferenciar si son texto o fotografías.

Durante los primeros 15 días de mayo de 2004, etapa de “pre-crisis”, los dos medios impresos presentaban otros temas en sus espacios de mayor importancia, con la finalidad de influir en la agenda pública y política. Uno de ellos era el distanciamiento entre el Gobierno de México y el de Cuba y otro el tema el de la acusación del Gobierno Federal de supuestos actos de corrupción por funcionarios del Gobierno del Distrito Federal⁵⁴ y a la inversa⁵⁵.

El 16 de mayo de 2004, inicio de la crisis, se registra por primera vez un impacto a 8 columnas sobre el desafuero en el diario *La Jornada*. El hecho de que sea sólo un impacto significa que se trata de una presencia mínima, pero importante, porque supone el inicio de la crisis. A partir de este momento se inicia la batalla por introducir este tema en la agenda mediática con los encuadres sobre el retiro del fuero a López Obrador. Esta presencia mínima se mantiene el 17 de mayo, un solo impacto y en uno solo de los dos medios, en *La Jornada*.

El 18 y 19 de mayo aumenta la presencia del tema al publicarse dos impactos a 8 columnas al día, una información en cada medio. Tanto para *La Jornada* como para el *Reforma* el desafuero del Jefe del gobierno capitalino es la noticia de mayor relevancia. Para el 22, 23 y 28 de mayo se registra una sola información a 8 columnas cada día y ésta se publica en *La Jornada*, lo que permite establecer hasta esta fecha la etapa de inicio de la crisis del desafuero.

El periodo de junio, julio y agosto de 2004 se considera como la etapa de desarrollo de la crisis, debido a que se registra una tendencia de presencia mínima y discontinua del tema del desafuero. Se presenta la publicación con un impacto al día, ya sea en un medio u otro y de forma muy intermitente, situación que se prolonga hasta el 8 y 16 de septiembre de 2004. Los dos días de septiembre nos encontramos con dos informaciones a 8 columnas para cada día, con una publicación en *La Jornada* y una en el *Reforma*. Ambos diarios coinciden en retomar el tema del desafuero como noticia principal.

⁵³ Ésta es la clasificación que hemos creado para establecer la intensidad respecto al volumen de informaciones.

⁵⁴ Cabe recordar que el tema del presente análisis es la acusación al Jefe del Gobierno de la Ciudad de México de expropiar una propiedad indebidamente.

⁵⁵ La acusación por el Jefe de Gobierno de la Ciudad de México del uso partidista que estaba realizando el Ejecutivo Federal se presentó principalmente durante el 14, 15 y 16 de mayo de 2004.

Del 17 de septiembre de 2004 al 1° de abril de 2005, la información sobre el desafuero de López Obrador se presenta solamente tres ocasiones a 8 columnas, todas ellas en el diario *La Jornada*, publicadas el 21 y 25 de septiembre y el 11 de diciembre de 2004, por lo que se mantiene la etapa de desarrollo de la crisis.

La etapa de desarrollo la definimos de junio de 2004 al 1° de abril de 2005, tiempo en el cual el tema registra poca presencia en los dos diarios. En dicho periodo el desafuero es retomado con mayor frecuencia por *La Jornada*, diario que lo publica en 17 ocasiones como la noticia de mayor importancia, frente a cinco veces del *Reforma*. El tema disminuye considerablemente en el tiempo referido como noticia a 8 columnas, pero ésta continúa en la portada de los dos diarios.

En abril se registra la etapa de madurez o más álgida de la crisis del desafuero, para el 2 del citado mes, los dos medios impresos presentarán, por primera vez, en texto y fotografía a 8 columnas el desafuero de López Obrador, debido a que publican la resolución, aprobada con tres votos en favor y uno en contra, de la Sección Instructora, para que se discuta ante la Cámara de Diputados el retiro o no del fuero constitucional al Jefe de Gobierno del Distrito Federal.

En el espacio dedicado a la información de mayor relevancia en los dos medios, *La Jornada* y *Reforma*, se presenta el desafuero, por lo que se convierte en el tema de las tres agendas: mediática, política y pública, y, por lo tanto, se establece el 2 de abril como el inicio de la etapa de madurez de la crisis político-gubernamental-electoral que se prolongaría hasta el 10 de abril, fecha en la que el tema del retiro del fuero constitucional al gobernante capitalino pierde fuerza por primera vez.

Para el 3 de abril el tema del desafuero no es publicado como noticia a 8 columnas en ninguno de los dos diarios, ni en texto ni en fotografía, ello se debe a la muerte del Papa Juan Pablo II, que se convierte en el principal tema de la agenda mediática y pública en México. El tema del retiro del fuero se mantiene en la portada tanto de *La Jornada* como del *Reforma*, por lo que continúa en las tres agendas, pero desplazado a un segundo lugar por el fallecimiento de Carol Wojtyla.

El 4 de abril *La Jornada* retoma al desafuero como su información principal, tanto en texto como en fotografía, por lo que busca establecer el tema en la agenda de sus lectores. Por su parte, el *Reforma* no publica en sus 8 columnas el tema del Jefe de Gobierno capitalino, por el contrario trata de establecer el de seguridad en el país como el tema de mayor importancia en su agenda mediática y en la de sus consumidores. El 5 de abril se publican dos impactos a 8 columnas, ambos medios retoman la noticia del

desafuero y coinciden en presentarlo como la noticia de mayor relevancia en texto. En cuanto a las imágenes, *La Jornada* y el *Reforma* las dedican a las exequias de Juan Pablo II. Para el 6 de abril, solamente *La Jornada* publica el tema del desafuero como su noticia de mayor importancia y sólo en texto; la imagen es una caricatura de Magú, dedicada al viaje del Presidente de la República, Vicente Fox, a Roma, Italia, a las exequias del papa Juan Pablo II. El *Reforma* presenta otro tema como el de mayor importancia, el del aumento del 12 por ciento en el precio del gas por parte de Pemex.

El jueves 7 de abril ambos diarios retoman el tema del desafuero como su noticia principal, tanto en texto como en fotografía, con lo cual buscan influir tanto en la agenda política como en la pública –en la agenda mediática el tema se encontraba establecido–, al ser este día, por la tarde, cuando se discutirá en el pleno de la Cámara de Diputados el retiro o no del fuero constitucional al Jefe de Gobierno del Distrito Federal, información que será publicada en los medios impresos al día siguiente.

El clímax de la crisis político–gubernamental–electoral sobre el desafuero de López Obrador en los medios impresos es el 8 de abril de 2005, cuando se publica la resolución tomada en la Cámara de Diputados, en la que se declara:

“PRIMERO.- Ha lugar a proceder penalmente en contra del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR, como consecuencia del procedimiento de declaración de procedencia en el que ha quedado acreditada la existencia del delito previsto en el artículo 206 de la Ley de Amparo, relacionado con el 215 del Código Penal Federal y su probable responsabilidad, por las razones expuestas en los considerandos SEXTO y SÉPTIMO del dictamen emitido por la Sección Instructora.

SEGUNDO.- En términos del párrafo séptimo del artículo 111 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el C. ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR queda separado del encargo de Jefe del Gobierno del Distrito Federal en tanto esté sujeto a proceso penal y en consecuencia a disposición de las autoridades competentes para que actúen con arreglo a la ley.

TERCERO.- Las determinaciones contenidas en la presente Declaratoria, de ninguna manera prejuzgan respeto a la existencia del delito y la probable responsabilidad penal del C. ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR, por lo que quedan intocadas las facultades legales del Ministerio Público de la Federación y las autoridades jurisdiccionales, para que en ejercicio de sus funciones, realicen las actuaciones que consideran pertinentes” (Secretaría de Gobernación 2005:113).

El 8 de abril es un día *sui géneris*, los dos medios impresos publican en conjunto siete impactos a 8 columnas en sus portadas, principalmente por *La Jornada* que presenta por única ocasión una portada especial –Falsa Portada⁵⁶– y su primera plana, en las que incluye el tema del retiro del fuero constitucional al Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, por lo que el diario dirigido por Carmen Lira contabiliza cinco impactos a 8 columnas, de los cuales dos son fotografías y tres en texto. El *Reforma* publica dos impactos, uno en texto y una imagen sobre el desafuero de López Obrador.

Para el 9 de abril el diario de izquierda mantiene el tema del desafuero en su información principal tanto en texto como en fotografía, con lo que busca dar continuidad al desafuero en su agenda y en la de sus lectores. El *Reforma* cambia el tema de 8 columnas al publicar la noticia sobre actos de corrupción por el personal de las aduanas de México. El 10 de abril *La Jornada* continúa con el desafuero como el tema principal en su agenda, al publicarlo tanto en texto como en fotografía. El *Reforma*, por segundo día consecutivo, no presenta el retiro del fuero al Jefe de Gobierno capitalino como el tema de 8 columnas, con lo que busca disminuir la presencia e importancia del tema. Ante la disminución que se registra en los días posteriores al 10 de abril, se toma a éste como el fin de la etapa de la madurez de la crisis, con lo que inicia el periodo de declive.

Para el 11 y 12 de abril disminuyen la presencia del tema, se registra un primer declive al publicarse un solo impacto a 8 columnas al día, el cual es presentado por el diario de la cooperativa, que trata de mantener el desafuero como tema principal. Caso contrario para el *Reforma*, que continúa dejando a un segundo término el retiro del fuero del Jefe de Gobierno de la Ciudad de México. El 13 y 14 de abril el tema del desafuero no es publicado en la información a 8 columnas tanto en *La Jornada* como en el *Reforma*, que publican otras noticias como las de mayor importancia. El tema desaparece de las 8 columnas en los dos diarios, aunque el desafuero sigue vigente pero es publicado en espacios de menor importancia. Del 15 al 18 de abril el tema es retomado en las 8 columnas pero solamente por *La Jornada*, que cubre el tema y lo presenta como la información más importante.⁵⁷ Para el *Reforma* el tema del desafuero no es el de mayor relevancia en esos días, lo cual es transmitido a sus lectores.

⁵⁶ *La Jornada*, en su apartado de publicidad (véase capítulo 8.1.1), presenta los precios de la “Falsa Portada”, que asciende a 1,200,000.00 pesos (66,666.66 euros) El tipo de cambio es de 18.00 pesos por euro. (*Jornada*, 2015).

El 19 de abril se presenta un repunte en la crisis del desafuero, el *Reforma* retoma el tema como su noticia principal tanto en texto como en fotografía. *La Jornada* presenta el desafuero en su fotografía a 8 columnas. El 20 de abril los dos medios dejan fuera de sus 8 columnas el tema del retiro del fuero. Dos días que destacan son el 21 y 22 de abril, cuando *La Jornada* y el *Reforma* retoman el desafuero como su noticia de mayor importancia, la cual es publicada tanto en texto como en la fotografía a 8 columnas. La presencia esos dos días regresa a ser alta, ambos diarios le dan una amplia cobertura al tema del retiro del fuero, pero solamente será esos dos días para registrar de nueva cuenta una disminución.

Para el 23 de abril los dos diarios publican la noticia del desafuero a 8 columnas pero solamente en texto, la fotografía de mayor importancia presenta otro tema en los dos periódicos. El 24 de abril sólo *La Jornada* mantiene el tema como el principal, pero únicamente en texto. Dentro de este periodo de repunte el 25 de abril se registra lo que sería la última presencia alta del desafuero cuando ambos medios publican el tema en sus 8 columnas tanto en texto como en fotografía.

A partir del 26 de abril se inicia el declive final, y destaca debido a que es el *Reforma* el que mantiene el tema en 8 columnas, lo presenta en el texto y en la imagen a 8 columnas; *La Jornada* aborda otro tema como el principal. Para el 27 de abril disminuye aún más la presencia del desafuero como tema de mayor importancia; solamente *La Jornada* lo publica como su noticia de 8 columnas. *Reforma* lo retira de su espacio de mayor importancia. El 28 y 29 de abril se presenta un leve repunte cuando los dos medios publican el tema en su noticia de 8 columnas. El 28, el desafuero regresa a las 8 columnas en ambos medios debido a la nueva postura del Gobierno Federal, que busca una salida política a la crisis del desafuero y detener la vía judicial. Para el 29 de abril se continúa con el tema en los dos diarios en la noticia principal, con reacciones sobre la búsqueda de la salida política a la crisis del desafuero por el gobierno de la República.

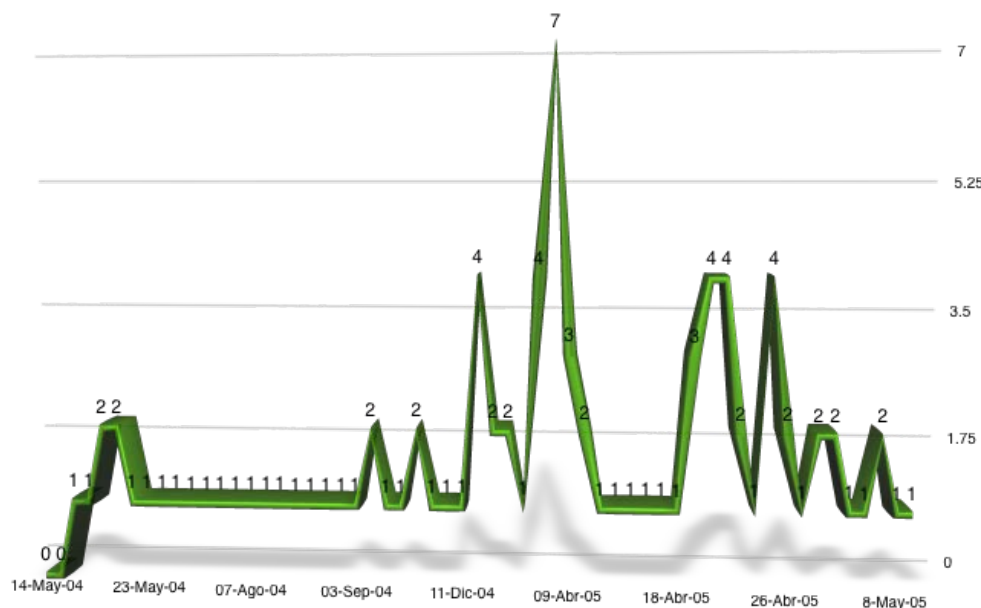
El 30 de abril y el 2 de mayo no se publica en *La Jornada* y en el *Reforma* el tema del desafuero en sus 8 columnas. El 3 de mayo solamente el diario de izquierda retoma el tema como noticia principal con un solo impacto. Para el 4, 5 y 6 de mayo los dos medios retiran de su nota principal el tema del desafuero, la crisis empieza a salir totalmente de las agendas mediáticas de los dos diarios. El 7 de mayo, los dos impresos retoman el tema en sus 8 columnas y se debe a una reunión sostenida entre los dos principales actores en la crisis del desafuero: el Jefe de Gobierno del Distrito Federal,

Andrés Manuel López Obrador, y el Presidente de México, Vicente Fox Quesada, en la cual se busca una salida política y definitiva.

Los días posteriores al 7 de mayo son muy esporádicas las notas a 8 columnas, por lo que el tema del desafuero va desapareciendo, tanto de la noticia principal como de la portada y de páginas interiores. En lo que resta de mayo de 2005, solamente los días 8 y 13 se publica a 8 columnas el tema en *La Jornada*, las notas recogen cómo se concreta una salida negociada y política, sin el retiro del fuero y sin consecuencias penales. Con lo que la crisis deja de ser político-gubernamental y vuelve a ser un problema jurídico entre el Gobierno del Distrito Federal y un particular. El tema quedará resuelto el 23 de junio de 2014, cuando el Gobierno del Distrito Federal, que ya no es encabezado por Andrés Manuel López Obrador, indemnizó con más de 95 millones de pesos al propietario de “El Encino”.

Gráfico 5

8 columnas anual por mes



Fuente: elaboración propia

10.4. LAS ETAPAS DE LA CRISIS A TRAVÉS DE LOS TITULARES Y PIES DE FOTOS EN LAS 8 COLUMNAS⁵⁸ DEL DESAFUERO

Este apartado se centrará en presentar al lector las diferentes etapas por las que pasó esta situación de crisis, pero no se repetirá la historia que dio lugar a esta crisis ni el desarrollo histórico de ésta puesto que ya se efectuó en el apartado 10.1 al presentar el caso objeto de estudio. Por tanto, de lo que se trata es de ir dando entrada a cada uno de los momentos por los que puede pasar una crisis (pre-crisis, crisis, etc.) según lo estudiado y explicado en el marco teórico (véase el capítulo 5), desde el análisis de los titulares y pies de fotos aparecidos en las informaciones a 8 columnas encontradas en los dos periódicos (*La Jornada* y *Reforma*) durante los 12 meses analizados (mayo 2004 - mayo 2005).

Las dos partes involucradas en la crisis, el Jefe de Gobierno de la Ciudad de México (no perder el fuero) y el Gobierno Federal (retirar el fuero y condena penal), buscarán apoyos a través de un discurso escrito y visual plasmado en los medios masivos de comunicación. Intentarán conseguir el apoyo de los mexicanos mediante la formación de la opinión pública en la sociedad mexicana.

Los dos diarios analizados tienen líneas editoriales diferentes, con lo que el mismo tema se presenta desde puntos de vista opuestos. El hecho de presentar la información a 8 columnas ya indica la posición del medio, es sinónimo de relevancia, de importancia, con lo que este dato ya es sintomático de lo que uno considera importante o no y, por tanto, de a quién apoya o no. Este comportamiento se acrecienta en situaciones de crisis y hace que la tendencia política o línea editorial del medio quede patente sin necesidad de decirlo de forma abierta a su público lector.

10.4.1. Pre-crisis

En el momento previo a la presencia de la crisis del desafuero se registran conjeturas acusaciones de corrupción al Gobierno de la Ciudad de México por parte del Gobierno de la República y señalamientos por parte del gobierno local hacia el gobierno

⁵⁸ La información a 8 columnas se analiza de la siguiente forma: Se contabilizará cada uno de los titulares que contenga información sobre el tema a 8 columnas como un impacto; de la misma forma se realizará con la fotografía a 8 columnas, se contabilizará como un impacto cada una de las fotografías que haga referencia al tema. El ejemplo más complejo es el del viernes 8 de abril de 2005, cuando *La Jornada* contabiliza cinco impactos a 8 columnas, de cuales tres son en texto y dos en fotografía. Los tres texto se presentan con el mismo tamaño y tipo de letra, por lo que no es solamente una nota a 8 columnas. Los títulos de las tres noticias a 8 columnas son: “López Obrador: deshonrosa trama de Fox y Azuela para desaforarme”, “Acatan el PRI y el PAN la orden de mayoritar la inhabilitación”, “El tabasqueño, en un Zócalo repleto, convoca a no caer en la provocación”. Por lo que respecta a las fotografía a 8 columnas, se publica una falsa portada y la portada, imágenes que registran los siguientes títulos: “¡No estoy solo!” y “Yo acuso”.

federal por el uso del poder con intereses partidistas. Esta disputa aparece el 14 y 15 de mayo de 2004 con informaciones a 8 columnas, como se puede apreciar en los cuadros número 10 y 11. El 13 de mayo y las dos semanas previas los dos periódicos no publican información sobre el desafuero de López Obrador.

Cuadro 10

La Jornada

	14 de mayo 2004	15 de mayo 2004	16 de mayo 2004	17 de mayo 2004
Titular a 8 columnas	“López Obrador: la PGR debe citar a Macedo y Creel” y “Embate de Fox al GDF: priva ahí la corrupción”	“Denuncien a mis familiares, reta Fox a opositores”	“La Corte dejó sin efecto desde 2003 un dictamen contra el GDF por El Encino”	“PGR, sin armas legales contra López Obrador”
Pie de foto a 8 columnas	“El gobernante capitalino mostró su extrañeza de que Francisco Gil Díaz no haya sido requerido por el MPF en el caso de Ponce” y “El mandatario mexicano lanzó sus acusaciones contra el Gobierno del Distrito Federal durante su visita oficial a Hungría”	“Cientos de cubanos salieron a las calles de la Habana para repudiar el endurecimiento de la política de Estados Unidos contra la isla...”	“Decenas de miles de personas marcharon ayer en Tel Aviv para presionar al primer ministro Ariel Sharon y demandar que las tropas israelíes sean retiradas de la franja de Gaza”	“Mientras el diario <i>Washington Post</i> publicó ayer detalles de un memorándum en el que traza un plan para realizar interrogatorios fuera de la normas reos en la prisión iraquí Abu Ghraib, Lynndie England, una de las siete soldados que enfrenta consejo de guerra por los abusos a prisioneros, aseguraron que los maltratos eran rutina y ‘no estaban fuera de orden’.

Fuente: *La Jornada* 14, 15, 16 y 17 de mayo de 2004, Elaboración propia.

Cuadro 11

Reforma

	14 de mayo 2004	15 de mayo 2004	16 de mayo 2004	17 de mayo 2004
Titular a 8 columnas	“Avivan Guerra Fox – AMLO”	“Abren tregua Fox y AMLO”	“Sufre agonía Zona Rosa”	“Hay más corruptos en el GDF.- Ahumada”
Pie de foto a 8 columnas	“Durante su gira por Hungría, el Presidente Fox exigió que funcionarios públicos involucrados en actos de corrupción sean castigados”	“Leonel Godoy dijo que Carlos Ahumada tenía nexos con familiares de Vicente Fox y Martha Sahagún”	“La Zona Rosa ha dejado de ser atractiva para algunos comerciantes”	Desde la cárcel. Deslinda al Gobierno federal de la grabación a Ponce”

Fuente: *Reforma*, 14, 15, 16 y 17 de mayo de 2004. Elaboración propia.

El 16 y 17 de mayo de 2004 *La Jornada* presenta por primera vez el tema de la expropiación del predio “El Encino”. El tema es presentado desde el aspecto jurídico en su titular el 16. En el cuerpo informativo hace mención del desacato, del cual señala que no existe la posibilidad de proceder en contra del Jefe de Gobierno de la Ciudad de México. Para el 17 *La Jornada* publica en su espacio de mayor importancia el tema del predio expropiado, por lo que busca establecerlo en su agenda y por lo tanto en las agendas política y pública.

El *Reforma* no presenta el tema del terreno “El Encino” como su noticia más importante, para el diario de la familia Junco es el abandono de la Zona Rosa⁵⁹ y continúa con el tema del empresario Carlos Ahumada, quien entregó alrededor de 8 millones de pesos, en moneda mexicana y divisa americana, a René Bejarano, coordinador de la fracción parlamentaria del Partido de la Revolución Democrática en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal y persona muy cercana a Andrés Manuel López Obrador.

⁵⁹ La Zona Rosa es un barrio de la capital del país de carácter comercial y turístico, muy cercano al centro de la Ciudad de México.

10.4.2. Inicio de la crisis

El punto de partida de la crisis se ha establecido a partir del 18 al 31 de mayo, cuando ambos medios publican como su noticia más importante el tema del desafuero del Jefe del Gobierno de la Ciudad de México. El 18, la Procuraduría General de la República (PGR) –Ministerio Fiscal– solicita el desafuero del Jefe de Gobierno de la Ciudad de México por desacato.

Esta cuestión que es de conocimiento público será discutida por los diputados, primero a través de la Sección Instructora y, posteriormente, si ésta decide que sí, pasará ante el pleno de la Cámara de Diputados para su discusión y votación. La procedencia del desafuero conllevará a la necesidad de lograr apoyos para ambas posturas, por lo que los protagonistas, que se encuentran con López Obrador; y antagonistas, que están en contra del Jefe del Gobierno capitalino, buscarán el apoyo de las audiencias para que se sumen a su postura. Es aquí donde los dos periódicos analizados entran en escena como actor importante puesto que se harán eco de esas posiciones, en favor o en contra, a través de las informaciones que, al respecto, publiquen.

A continuación presentamos dos cuadros en los que se puede apreciar la posición, según las informaciones publicadas, de *La Jornada* y de *Reforma*⁶⁰:

Cuadro 12

La Jornada

	18 de mayo 2004	19 de mayo 2004	22 de mayo 2004	23 de mayo 2004	28 de mayo 2004
Titular a 8 columnas	“GDF: eliminar a López Obrador del 2006: el plan”	“Por miedo, la PGR tuerce la Ley: López Obrador”	“La Corte dejó sin efecto desde 2003 un dictamen contra el GDF por El Encino”	“PGR, sin armas legales contra López Obrador”	“La razón, a López Obrador en el Paraje San Juan”
Pie de foto a 8 columnas	No aborda el tema del desafuero.	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero

Fuente: *La Jornada* 18, 19, 22, 23 y 28 de mayo de 2004, Elaboración propia.

⁶⁰ Ante el amplio número de notas y fotografías a 8 columnas sobre el desafuero, se presentarán en los cuadros las notas y los pies de fotos a 8 columnas más representativas de la crisis política analizada.

Cuadro 13

Reforma

	18 de mayo 2004	19 de mayo 2004	22 de mayo 2004	23 de mayo 2004	28 de mayo 2004
Titular a 8 columnas	“Acorralan a AMLO”	“Acusa PRD a Fox de irresponsable”	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero
Pie de foto a 8 columnas	No aborda el tema del desafuero.	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero

Fuente: *Reforma* 18, 19, 22, 23 y 28 de mayo de 2004, Elaboración propia.

En lo que es el inicio de la crisis política del desafuero, *La Jornada* presenta en más ocasiones el tema como su noticia principal en comparación con el *Reforma*, y resalta que desde el principio el diario de izquierda se define como protagonista de la crisis, al apoyar al gobernante capitalino, además que lo encuadra a favor de López Obrador y como un conflicto electoral, como se aprecia en subtítulos como: “Sea o no candidato voy a defender el proyecto alternativo de nación para 2006” (*La Jornada* 2004: 1). El periódico de derecha tiende a ser antagonista en la crisis del desafuero, como se valora con el título de “Acorralan a AMLO” (*Reforma* 2004: 1).

Ambos diarios desde el inicio de la crisis, buscan enfrentar a los principales involucrados en el desafuero: al Jefe de Gobierno de la capital con sus partidarios y al Presidente de la República con sus adeptos.

10.4.3. Desarrollo de la crisis

De junio de 2004 a marzo de 2005 se presenta la etapa de desarrollo de la crisis, ya que aún no se había fijado la fecha para la discusión del tema del desafuero en la Cámara. Es un período, por tanto, en el que las noticias sobre el tema no desaparecen de los medios analizados para seguir generando opinión, el volumen no es muy alto y las apariciones no son constantes, como se puede apreciar en los siguientes cuadros.

Cuadro 14

La Jornada

	9 de junio de 2005	19 de julio 2004	7 de agosto 2004	23 de agosto 2004	11 de diciembre 2004
Titular a 8 columnas	“Nuevo embate de la PGR contra López Obrador”	No aborda el tema del desafuero.	“López Obrador, bajo fuego por las preguntas a Fox”	“López Obrador: mejor conciliar que confrontar”	“AMLO: ‘mucha institución y muy poco procurador’”
Pie de foto a 8 columnas	No aborda el tema del desafuero	“No al desafuero. Decenas de miles de personas se concentraron en el Zócalo al concluir la marcha de las 100 horas en apoyo al jefe de Gobierno del Distrito Federal ...”	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero

Fuente: *La Jornada* 9 de junio, 19 de julio, 7 y 23 de agosto y 11 de diciembre de 2004, Elaboración propia.

Cuadro 15

Reforma

	13 de junio 2004	16 de junio de 2004	8 de septiembre 2004
Titular a 8 columnas	“Acumula GDF 113 desacatos”	“Amenaza Macedo al Estado.- AMLO”	“Da Corte revés a AMLO”
Pie de foto a 8 columnas	No aborda el tema del desafuero.	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero

Fuente: *Reforma* 13 de junio, 16 de junio y 8 de septiembre de 2004, Elaboración propia.

En junio de 2004 son cuatro impactos a 8 columnas sobre el desafuero, de los cuales uno es en *La Jornada* y los tres restantes en el *Reforma*. En julio solamente se

presenta una inserción del retiro del fuero del gobernante capitalino como noticia principal y es en el diario que dirige Carmen Lira el 19. En agosto de 2004 solamente el diario de izquierda presenta el tema en su espacio de mayor importancia en siete días. En septiembre son nueve publicaciones a 8 columnas que abordan el desafuero, de las cuales siete son en *La Jornada* y dos en el rotativo de Alejandro Junco. Para finalizar 2004, en diciembre, solamente es una nota a 8 columnas que hace mención de la crisis del desafuero y es el 11 en el periódico de la cooperativa.

En enero, febrero y marzo de 2005 no se registran noticias a 8 columnas sobre el desafuero en los dos diarios, pero será en abril donde se registre la mayor actividad periodística sobre el tema, con 54 impactos en el espacio de mayor relevancia para los medios impresos. En ese mes se registran los dos picos más altos de la crisis, en uno de ellos, del 2 al 10 de abril, se manifiesta la etapa de madurez o más álgida de la crisis del desafuero.

10.4.4. Madurez de la crisis

Respecto de la madurez de la crisis, se puede establecer, como se aprecia en los cuadros elaborados al respecto, el 2 de abril de 2005 porque es el día 1 es cuando la Sección Instructora (con tres votos a favor del PRI y PAN y uno en contra del PRD) decide que se discutirá ante el pleno de la Cámara de Diputados si se retira el fuero o no al Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, y de esta manera poder proceder jurídicamente contra el gobernante por el delito de desacato.

El 3 de abril ninguno de los dos diarios presentó como su información más importante, en texto y en imagen, el tema del desafuero, debido a la muerte del Papa Juan Pablo II, quien acaparó la agenda mediática y pública en México; por lo cual en el cuadro no figura el citado día.

Cuadro 16

La Jornada

	2 de abril 2005	4 de abril 2005	5 de abril 2005	6 de abril 2005
Titular a 8 columnas	“‘Esto apenas comienza’: López Obrador”	“Primero hablaré al pueblo, luego a los diputados: AMLO”	“Beltrones afila la guillotina contra López Obrador”	“El desafuero sacude tasas, Bolsa y peso”
Pie de foto a 8	“Los diputados	“En el pleno	No aborda el	No aborda el tema

columnas	priistas Rebeca Godínez y Cuauhtémoc Frías, integrantes de la Sección Instructora, apoyaron al PAN para impulsar el desafuero”	extraordinario del Consejo Nacional del PRD, Cuauhtémoc Cárdenas expresó su solidaridad con Andrés Manuel López Obrador. ‘Vengo a dejar muy clara mi posición en contra de la injusticia, de la canallada que se pretende cometer, no sólo contra un compañero nuestro al tratar de privarlo de sus derechos políticos, sino en contra de la democracia del país’”	tema del desafuero	del desafuero
	7 de abril 2005	8 de abril 2005	9 de abril 2005	10 de abril 2005
Titular a 8 columnas	“Repulsa al desafuero en capitales financieras” con el subtítulo “Eliminar de la contienda a López Obrador, riesgo alto e inútil: Credit Suisse Firts Boston”	1) “López Obrador: deshonorosa trama de Fox y Azuela para desaforarme”, 2) “Acatan el PRI y el PAN la orden de mayoritar la inhabilitación”, 3) “El tabasqueño, en un Zócalo repleto, convoca a no caer en la provocación”	“López Obrador es aún jefe del GDF: diputados y juristas”	“Beltrones tramaba la injerencia del Senado”
Pie de foto a 8 columnas	“Andrés Manuel López Obrador, Jefe de Gobierno del Distrito Federal, llega a una	1) “¡No estoy solo!” y 2) “Yo acuso”	“El gabinete capitalino en pleno pronunció una declaración de rechazo al	“Un grupo de estudiantes mexicanos se reunió en la explanada de Trocadero, en la

	sala de juntas del ayuntamiento capitalino donde lo esperaban diputados perredistas”		desafuero y respaldo al gobernante afectado. En la imagen, el encargado del despacho, Alejandro Encinas, Marcelo Ebrard y Bernardo Bátiz, entre otros. La segunda fotografía aparece Andrés Manuel López. No hay pie de foto	capital francesa, para dar a conocer la situación imperante en su país después de que el jefe del GDF, Andrés Manuel López Obrador, fue despojado del fuero”
--	--------------------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: *La Jornada* 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10 de abril de 2005, Elaboración propia.

Cuadro 17

Reforma

	2 de abril 2005	4 de abril 2005	5 de abril 2005	6 de abril 2005
Titular a 8 columnas	“Va el desafuero”	No aborda el tema del desafuero	“Inquieta desafuero” con el subtítulo “Alertan corredurías de EU a inversionistas”	No aborda el tema del desafuero
Pie de foto a 8 columnas	“PIERDE AMLO 3 – 1: Con tres votos a favor y uno en contra del perredista Horacio Duarte (con moño en la solapa), los diputados de la	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero

	instructora aprobaron el juicio de desafuero contra López Obrador”			
	7 de abril 2005	8 de abril 2005	9 de abril 2005	10 de abril 2005
Titular a 8 columnas	“Dice AMLO adiós”	“Cae AMLO y acusa”	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero
Pie de foto a 8 columnas	“¿El último día? López Obrador dejó las oficinas del Gobierno del DF acompañado de uno de sus hijos”	“... va contra todos” en donde enumera a quienes López Obrador acusa como causantes de su desafuero, siendo: “Los empresarios y los que mandan”, “Los jueces”, “El presidente” y “Los legisladores”	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero

Fuente: *Reforma* 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10 de abril de 2005, Elaboración propia.

En esta etapa de la crisis, 9 días, se registran 25 informaciones sobre el desafuero en ambos medios en sus espacios de mayor importancia, un promedio de 2.7 impactos por día. De éstos, 18 son publicados en *La Jornada* y los restantes 7 en el *Reforma*. En la parte más álgida de la crisis, el diario de izquierda le da una cobertura muy amplia, más del doble que su competencia, por lo que resulta más que obvio la búsqueda de establecer el tema para el rotativo que dirige Carmen Lira.

10.4.5. Primer declive de la crisis

Del 11 al 18 de abril se registra una disminución considerable en el tema del desafuero; solamente *La Jornada* continúa presentando la crisis en su espacio principal, con 6 inserciones en 8 días; una disminución de 19 impactos en comparación con la etapa de la madurez de la crisis. Aunque el diario de izquierda mantenía el asunto en su agenda mediática, lo realizaba con una menor cobertura que en los nueve días anteriores, en los que se registró el clímax de la crisis del desafuero, el *Reforma* destacó en su apartado principal otros temas.

El propio seguimiento y el número de notas y fotografías a 8 columnas demuestran que en los dos diarios el tema del desafuero empezaba a tener una menor importancia, de forma especial en el rotativo de derecha, en el cual era más evidente la salida del tema de su agenda, lo que puede calificarse como un primer declive en la crisis política.

Cuadro 18

La Jornada

	11 de abril de 2005	12 de abril 2005	16 de abril 2005	17 de abril 2005	18 de abril 2005
Titular a 8 columnas	“Reconoce Gil Díaz: AMLO tranquilizó a los mercados”	“De la Fuente: a AMLO hay que ganarle con votos”	“López Obrador emprende gira de resistencia”	“Golpean el EMP y vecinos de Fox a legisladores”	No aborda el tema del desafuero
Pie de foto a 8 columnas	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	Voces contra el desafuero en NY. En el parque Bryant, con una estatua de Benito Juárez al fondo, los escritores Elena Poniatowska y Paco Ignacio Taibo II (en los extremos de la manta) así como integrantes de la Asociación Tepeyac, abordaron las acciones de resistencia civil de la comunidad mexicana en esta ciudad contra la

					inhabilitación de Andrés Manuel López Obrador”.
--	--	--	--	--	----------------------------------------------------------

Fuente: *La Jornada* 11, 12, 16, 17 y 18 de abril de 2005, Elaboración propia.

El primer declive de la crisis, del 11 al 18 de abril, se debe a que el *Reforma* no publica en sus espacios a 8 columnas ninguna información sobre el desafuero de Andrés Manuel López Obrador. Los temas de mayor importancia para el diario de la familia Junco son otros.

10.4.6. Repunte de la crisis

Del 19 al 25 de abril se registra un repunte en la cobertura mediática de la crisis del desafuero, para los dos medios impresos el tema regresa a ser el tema principal en su agenda. Durante los 7 días son 18 los impactos publicados sobre la crisis del retiro del fuero de López Obrador en los dos medios impresos, un incremento de 12 inserciones, tres veces más en comparación con el primer declive. En promedio se registra 2,57 impactos por día. De las 18 notas y fotografías a 8 columnas se dividen en el mismo número ambos medios, con 9 cada uno de los dos diarios. Es la primera ocasión en que los dos medios coinciden en darle la misma importancia cuantitativa al desafuero del Jefe de Gobierno capitalino.

El repunte en la cobertura se debe principalmente a las acciones de resistencia iniciadas por López Obrador en todo el país, que provocaron numerosas reacciones, y a la participación activa de diversos actores, entre ellos actores extranjeros y la iglesia católica. El 20 de abril, los dos medios no presentan información a 8 columnas, debido al nombramiento del nuevo Papa Benedicto XVI, por lo que es relegado el tema del desafuero a un segundo término.

Cuadro 19

La Jornada

	19 de abril 2005	21 de abril 2005	22 de abril 2005	23 de abril 2005	24 de abril 2005	25 de abril 2005
Titular a 8 columnas	No aborda el tema del desafuero	“Intentan Los Pinos maniatar a	“Divide el tema del desafuero a	“Revés a la PGR en caso AMLO”	“Rushdie y Kapuscinski condenan el	“Más de un millón repudiaron

		AMLO”	la Iglesia católica”		asalto a mexicanos”	el abuso del poder”
Pie de foto a 8 columnas	<p>“Llamado a la cordura” y con el pie de foto: “Andrés Manuel López Obrador visitó a los senadores perredistas que realizan un ayuno en contra del desafuero frente a Los Pinos. Ahí llamó al presidente Vicente Fox a recapacitar y resolver las diferencias por la vía democrática. Que sea el pueblo el que decida qué candidato, qué partido, qué programa de gobierno debe prevalecer a partir de las</p>	<p>“Andrés Manuel López Obrador congregó a más de 70 mil personas en la Plaza de la Revolución de Villahermosa. Sobre el proceso en su contra, dijo que no aceptará ‘un usted perdone... tienen que pedir disculpas a los mexicanos y nunca más vetar derechos políticos de ciudadanos”</p>	<p>“Ante más de 20 mil personas reunidas en la Plaza de la Liberación de Guadalajara, Andrés Manuel López Obrador exigió que el presidente Vicente Fox ‘pida disculpas a todos los mexicanos’ por montar el escándalo sobre El Encino para quitarle sus derechos políticos”</p>	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	<p>“Según cifras de la Secretaría de Seguridad Pública capitalina alrededor de un millón 200 mil personas participaron en la marcha del silencio. La plancha del Zócalo se colmó con los manifestantes una hora antes de que Andrés Manuel López Obrador llegara con la columna que partió del Auditorio Nacional. Las calles aledañas también se vieron</p>

	elecciones de 2006’.”					repletas e inclusive, ya terminado el discurso del mandatario capitalino, los contingentes seguían ingresando a la Plaza de la Constitución. Las autoridades federales dijeron que ‘se concentraron 120 mil personas’”
--	-----------------------	--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: *La Jornada* 19, 21, 22, 23, 24 y 25 de abril de 2005, Elaboración propia.

Cuadro 20

Reforma

	19 de abril 2005	21 de abril 2005	22 de abril 2005	23 de abril 2005	25 de abril 2005
Titular a 8 columnas	“Titubea Gobierno ante caso AMLO”	“Enfurece a AMLO ‘ayuda’ de panistas”	“Divide desafuero a Iglesia”	“Dan palo a la PGR”	“Moviliza ‘tropas’ y regresa al GDF”
Pie de foto a 8 columnas	“El tabasqueño visitó a los senadores que hacen un ayuno	“López Obrador encabezó un multitudinario mitin de apoyo	“Llama a cuidar estabilidad. En Guadalajara,	No aborda el tema del desafuero	“Marchan cientos de miles por AMLO;

	en su favor”.	en Villahermosa. Ahí calificó como una ‘cobardía’ el pago de la fianza”	Andrés Manuel López Obrador se comprometió a mantener el movimiento nacional de resistencia civil dentro de los cauces legales, por lo que llamó a los miles de personas que se reunieron en la Plaza de los Libertadores del centro histórico tapatío a no caer en actos de violencia”		modera su discurso y anuncia que hoy supervisará obras”
--	---------------	-------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------

Fuente: *Reforma* 19, 21, 22, 23 y 25 de abril de 2005 Elaboración propia.

En el repunte de la crisis del desafuero se presenta una situación por más interesante, los dos diarios prácticamente coinciden en la redacción de sus titulares de 8 columnas los días 22 y 23 de abril. A pesar que durante el año analizado llegaban a publicar el tema del desafuero el mismo día, principalmente en la etapa de madurez de la crisis, los dos periódicos manejaban de forma diferente sus titulares y la información sobre el tema, parecería que cubrían dos eventos diferentes.

El 22 de abril *La Jornada* y el *Reforma* concuerdan tanto en los titulares de 8 columnas como en sus imágenes de mayor importancia, por lo que coinciden en los encuadres o atributos que están manejando. Los encabezados son prácticamente iguales, el diario de izquierda lo redacta: “Divide el tema del desafuero a la Iglesia católica” (*La Jornada*, 2005: 1), mientras que en el periódico de derecha: “Divide desafuero a Iglesia” (*Reforma*, 2005: 1). Respecto a la imagen a 8 columnas, ambos medios presentan la concentración ciudadana que se llevó a cabo en Guadalajara, Jalisco, lo que

genera el *framing* de un fuerte apoyo social, encuadre que se presenta en los dos medios durante esta etapa.

El 23 de abril los dos periódicos coinciden por segunda ocasión en titular la noticia de mayor relevancia, *La Jornada*, con el encabezado: “Revés a la PGR en caso AMLO” (2005: 1) y el *Reforma*, con la redacción: “Dan palo a la PGR” (2005: 1)”. La similitud en los titulares generó además igualdad en los marcos de referencia de los dos medios, de ahí la importancia del hecho.

10.4.7. Declive final de la crisis

Como se aprecia en los cuadros, aparece el denominado “declive final de la crisis” porque se registra una disminución considerable en la cobertura del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, tendencia a la baja que continuaría hasta que el tema dejó de estar presente en la agenda mediática y por lo tanto en las agendas política y pública.

Del 26 de abril al 13 de mayo de 2005, en 18 días, se contabilizaron 13 impactos, menos de una publicación por día, 0,72 como media, una disminución considerable al efectuar una comparación con el repunte de la crisis que alcanzó 2,57 inserciones. En la etapa final de la crisis del desafuero el día clave fue el 28 de abril, cuando un día antes, el 27 por la noche el Presidente de la República, Vicente Fox Quesada, en un mensaje a la nación, a través de los medios electrónicos del país, anunció una salida política al desafuero de López Obrador: “Los signos de la crisis política que vive el país, derivada del desafuero del jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, alcanzaron ayer al gabinete del presidente Vicente Fox, quien anunció la ‘renuncia’ del procurador general de la República, general Rafael Macedo de la Concha, uno de los principales ejecutores del proceso judicial contra el mandatario capitalino” (Vargas 2005: 3).

Cuadro 21

La Jornada

	27 de abril 2005	28 de abril 2005	29 de abril 2005	3 de mayo 2005	7 de mayo 2005	13 de mayo 2005
Titular a 8 columnas	“Castro: Fox, un ‘corderito’	“Apuesta Fox por una salida	“Engalla a grupos priistas la	“Presidencia : el asunto AMLO	“‘Buena y breve’, la reunión con	“Goberna- ción urdió los spots

	de Estados Unidos” y con el subtítulo: “Sugiere que renuncie como salida al conflicto del desafuero”	política en el caso AMLO” y de subtítulo “Dimite Macedo; a revisión, el expediente del titular del GDF”	reversa de Fox”	quedó zanjado”	Fox: AMLO”	contra AMLO”
Pie de foto a 8 columnas	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero

Fuente: *La Jornada* 27, 28, 29 de abril, 3, 7 y 13 mayo de 2005. Elaboración propia.

Cuadro 22

Reforma

	26 de abril 2005	28 de abril 2005	29 de abril 2005	7 de mayo 2005
Titular a 8 columnas	“Placean a AMLO; se cuida de firmar”	“Abre Fox puerta a AMLO” y como subtítulo se escribe “Sacrifica Presidente a Macedo para revisar caso del Jefe de Gobierno”	“...Y ahora es el PRI contra el Ejecutivo”	“Se ven sólo 20 minutos” y con el subtítulo “Asegura AMLO que no hubo reproches; calla la Presidencia”
Pie de foto a 8 columnas	López Obrador acudió con parte de su gabinete a atestiguar la inauguración de una obra vial”	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero	No aborda el tema del desafuero

Fuente: *Reforma* 26, 28, 29 abril y 7 de mayo de 2005, Elaboración propia.

La declaración y acciones emprendidas por el Gobierno Federal de Vicente Fox dieron inicio al declive la crisis del desafuero, empezaban las negociaciones y a disminuir la polarización entre los dos principales protagonistas y antagonistas, el Presidente de la República y el Jefe de Gobierno de la Ciudad de México. La cobertura

mediática también inició un descenso vertiginoso al presentarse acuerdos, por lo que el tema también disminuía en las agendas política y pública.

En la fase final de la crisis, en su declive, nuevamente los dos diarios coinciden en sus titulares, el 28 y 29 de abril, aunque registran variaciones en la redacción, las cuales generan diferentes encuadres. El 28 de abril ambos medios publican la búsqueda de una salida a la crisis del desafuero por parte del Presidente Vicente Fox y en los subtítulos destacan la salida del Procurador General de la República, Rafael Macedo de la Concha. La información es del 27 de abril, día que el ejecutivo federal da un mensaje a la nación⁶¹.

El 28 de abril de igual forma los dos medios publican titulares muy similares, en los que hacen del conocimiento público las diferencias entre el Ejecutivo Federal y el Partido Revolucionario Institucional, debido a que este último no está de acuerdo en buscar una solución a la crisis del desafuero de Andrés Manuel López Obrador.

⁶¹ "El Presidente de México cree en la democracia y ha luchado gran parte de su vida, con millones de ciudadanos, para hacerla realidad en su patria. Hoy, estoy convencido de que no hay mejor camino para hacer de México un país más libre, más participativo y más justo. Fortalecer nuestra naciente democracia es la más alta responsabilidad que nos exige la realidad política del país. A todos nos compete contribuir a esta noble causa. Siempre será mejor para nuestro México nuestra disposición al diálogo y no al desafío; nuestro propósito de conciliar y no de dividir. Nuestro futuro como país será promisorio si somos capaces de coincidir en lo fundamental en vez de confrontar estérilmente. Como jefe del Estado mexicano me corresponde promover la unidad del pueblo en defensa de las instituciones, de la legalidad y de los valores democráticos. Quiero informarles que he decidido aceptar la renuncia que me ha presentado el procurador general de la República, Rafael Macedo de la Concha. Hago un sincero reconocimiento a su denodado esfuerzo, siempre comprometido con la legalidad y la justicia, así como por los resultados alcanzados por la institución a su cargo en contra del delito en sus múltiples expresiones. En los próximos días enviaré al Senado, para su ratificación, la propuesta del nuevo procurador general de la República. La procuraduría revisará de manera exhaustiva el expediente de consignación del jefe de Gobierno del Distrito Federal, buscando preservar dentro del marco de la ley la mayor armonía política del país. Como gobernante, una de mis mayores preocupaciones ha sido ampliar los derechos de las y los ciudadanos, y adaptar nuestra legislación al derecho internacional. En la iniciativa de reforma integral de justicia y seguridad, presentada por el Ejecutivo el año pasado, ya se contemplan la garantía de presunción de inocencia y la autonomía del Ministerio Público. Además, he decidido enviar a la consideración del Congreso una iniciativa para resguardar los derechos de los ciudadanos sujetos a juicio, en tanto no se dicte sentencia final y definitiva. Ambas reformas contribuirán a dar certeza jurídica a los ciudadanos que enfrentan procesos legales. Como Presidente de un país democrático asumo mi deber de garantizar, en el ámbito de mis atribuciones, que el proceso electoral de 2006 sea legítimo y que cada partido político participe en un ámbito de apertura, de respeto, sometidos todos a la ley y en defensa de nuestras instituciones. Mi gobierno a nadie impedirá participar en la próxima contienda federal. El compromiso que todos compartimos es en favor de la democracia y sólo con apego a la ley y mediante el diálogo podremos alcanzar la unidad y el progreso. El intercambio sereno de razones nos permitirá encontrar los acuerdos que garanticen el derecho y la convivencia democrática. En la lucha que tantos de nosotros hemos dado a lo largo de décadas por la democracia y la libertad, en eso no hay retroceso. México tiene su fuerza en la solidez de la ciudadanía y en la responsabilidad de sus gobernantes. Los tiempos de hoy representan para México el gran desafío de avanzar consolidando lo que tanto nos ha costado construir. No lo perdamos. Este desafío lo asumo como jefe de Estado y convoco a todo el pueblo a sumarse, con verdadero amor a México para lograr, sin exclusiones y con apego a la ley, un mejor futuro para todos. Por su atención, muchas gracias." (*La Jornada*, 2005: 3)

10.5. COINCIDENCIA EN LA TEMPORALIDAD, DIVERGENCIA EN LA COBERTURA DURANTE LAS ETAPAS DE LA CRISIS

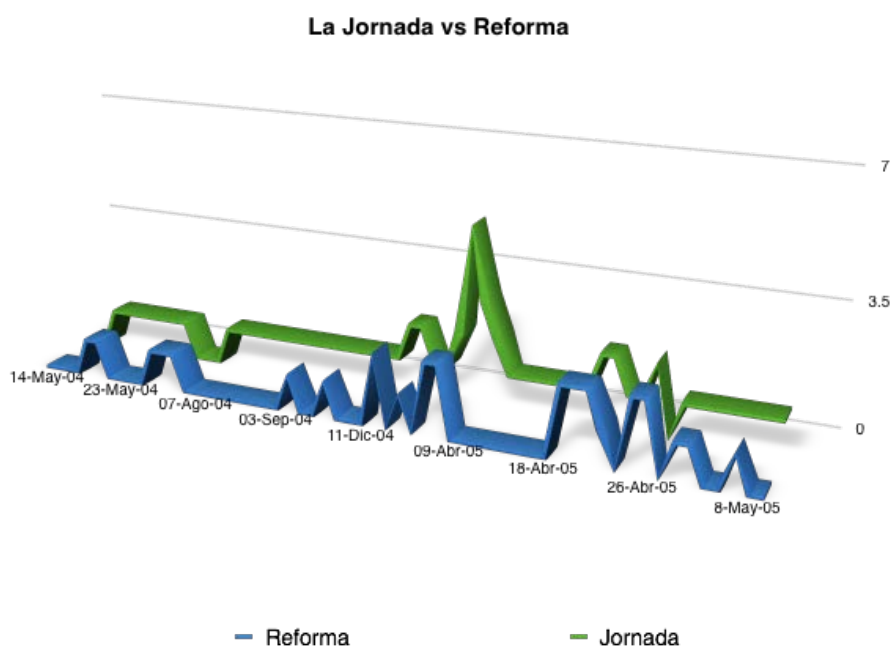
Según lo expuesto en los párrafos anteriores, se concluye que existe coincidencia entre los dos medios analizados en cuanto a las ubicaciones de las diferentes fases de la crisis, pero, por el contrario, no existe dicha coincidencia respecto a la cobertura de ésta.

La agenda mediática de los dos medios es coincidente respecto a la madurez de la crisis en abril de 2005, del repunte de ésta y también respecto a su declive final. Pero esa similitud es sólo en cuanto a los tiempos de la crisis, aunque en ocasiones, como se puede ver en el inicio, se aprecia una lucha por establecer o suprimir el tema del desafuero de la agenda.

Debe quedar claro, según lo expuesto en el marco teórico (capítulo 5) que la cobertura que se genera en estos medios se debe, en parte, a que las características del evento son equivalentes a los factores de impacto de una noticia: sorpresa, tematización, personalización y negatividad (Donsbach, 1995) y solamente el surgimiento de otra noticia de la misma o mayor magnitud puede propiciar la desaparición del tema de crisis de las agendas de los medios, que en el caso estudiado fue la muerte de Juan Pablo II.

Gráfico 6

Etapas de la crisis del desafuero de Andrés Manuel López Obrador



Elaboración propia.

El gráfico No. 6 reafirma la coincidencia de los dos medios en las diferentes etapas de la crisis y que *La Jornada* mantiene de una forma más constante en su agenda el tema de desafuero. Pero además demuestra que la fase de madurez de la crisis, cuando se publica el mayor número de impactos a 8 columnas, del 2 al 10 de abril, es provocada por el diario de izquierda el 8, cuando publica dos fotografías y tres titulares como los más importantes en su portada y en la falsa portada. Para el *Reforma* la aprobación por la Cámara de Diputados Federal del retiro del fuero al gobernante capitalino que genera la fase de madurez, representa la misma importancia que las acciones de resistencia civil contra la resolución legislativa 11 días después; con lo cual el diario de derecha provoca el repunte de la crisis.

Cabe destacar el dato de que a lo largo del año examinado los dos diarios coincidieron en presentar como la noticia más importante al desafuero en 15 días, ya fueran en texto y/o imagen, por lo que durante esos días, así como en las etapas de madurez de la crisis y el repunte de ésta, no se disputaba el en qué pensar, el tema se encontraba establecido, por lo que la batalla se libraría en el cómo pensar. Con lo que, podemos decir que, las diferencias se registraron en el establecimiento de los encuadres sobre el tema a través de los titulares y pie de fotos a 8 columnas como veremos en el análisis de los mismos.

10.5.1. Los encuadres según la etapa de la crisis

Cuando el tema se encuentra establecido, como es en el caso de las crisis políticas, que registran una amplia cobertura mediática y forman parte de las agendas política y pública, como fue el caso del desafuero del Jefe de Gobierno capitalino, los actores involucrados se conforman en protagonistas o antagonistas, para buscar establecer atributos o encuadres en favor o en contra.

Los medios masivos de comunicación en mucha de las ocasiones, como se indicó en el capítulo 6, se involucran y toman parte activa para influir a través de la publicación de atributos y encuadres positivos o negativos, no sólo en el tema, de ahí el poder que tienen los medios masivos de comunicación. Para Lazarsfeld los efectos de los medios masivos de comunicación “dependen de las fuerzas sociales dominantes en un determinado periodo” (1940: 330).

La cobertura constante y continua del desafuero en los dos medios demostraba la importancia del tema en la agenda de los dos diarios y el establecimiento del en qué pensar en las agendas política y pública. Las situaciones de crisis política, como la del

En el periodo calificado como pre-crisis (14 y 15 de mayo de 2004) en *La Jornada* muestran que el tema es abordado desde una perspectiva jurídica, en el que está involucrado el Jefe de Gobierno de la Ciudad de México y un particular, pero presenta por primera ocasión el tema que llevaría a la crisis del desafuero de Andrés Manuel López Obrador. El *Reforma* no publica como su noticia principal el tema del desafuero en la pre-crisis.

Portadas de *La Jornada* 16 y 17 de mayo de 2004

se encuentran dos grandes involucrados: El Presidente de la República, Vicente Fox Quesada, y el propio Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador. En el diario de izquierda el asunto jurídico entre el dueño del predio “El Encino” y el gobernante capitalino queda en un segundo plano, con lo que tomará partido en la crisis del desafuero como protagonista, apoyando a López Obrador.

Se define el inicio de la crisis del 18 al 31 de mayo de 2004, porque los dos medios publican el desafuero como la noticia de mayor importancia, por lo que se convertirá en el tema de las agendas mediática, política y pública. El *Reforma* en su primera cobertura encuadraba la información en un primer término como un problema entre un particular, el dueño del predio “El Encino”, y el gobernante capitalino; pero lo cerraba con las posibles consecuencias políticas en 2006 para López Obrador, el no poder participar como candidato a la Presidencia de la República. En la noticia del 18 de mayo de 2004, al darle la voz al dirigente nacional del PRD, éste hacía uso del *framing* de un problema político-electoral, no de tipo judicial.

Portadas de *La Jornada* 18 y 19 de mayo de 2004

La Jornada
DIRECTOR GENERAL: CAMERÓN LÓPEZ SÁNCHEZ
DIRECTOR DE OPERACIONES: JUAN CARLOS VILLALBA
MÉXICO, D.F. - MARTES 18 DE MAYO DE 2004

■ La PGR demanda el desafuero del gobernante capitalino

GDF: eliminar a López Obrador del 2006, el plan

■ La imputación por El Encino es “irresponsable y dolosa”, dice Batres

■ La Procuraduría pretende agregar el abuso de autoridad al delito de desacato

■ PRD: declaración de guerra; lleva el Ejecutivo al país a la desestabilización

■ Juicio anómalo, señala SRA: vale \$100 millones, no mil 214, el predio de los Ramos Millán

■ Fluoroceno Salazar Adams denuncia la “impunidad” de el jefe Diego en el litigio

MUEREN 103 REOS EN HONDURAS



■ Fox: factible, crecimiento de 5.4% para 2004

■ Los expertos del primer remonte: “totalmente contraindicado”, concluyen

■ “Es un río de oro que fluye solo ahí”, afirma un ministro paraguayo por el BID

■ Agreden en la capital de Guatemala la detestación en el pago de impuestos

■ Opinión: Carlos Montemayor: Tradición y globalización

■ Columnas: Atilio • Los Reyes DCE

■ México • Juan Carlos Daza

■ México 5A • Carlos Domínguez

■ Ciudad Piedad • Mónica A. Velasco

La Jornada
DIRECTOR GENERAL: CAMERÓN LÓPEZ SÁNCHEZ
DIRECTOR DE OPERACIONES: JUAN CARLOS VILLALBA
MÉXICO, D.F. - MIÉRCOLES 19 DE MAYO DE 2004

■ “Inhabilitarme, maniobra política”

Por miedo, la PGR tuerce la ley: López Obrador

■ “Sea o no candidato voy a defender el proyecto alternativo de nación para 2006”

■ “Mañana, mañana, mañana... hoy es día de descanso”, respuesta de Fox sobre el caso

■ Cárdenas: es un asunto perdido para la Procuraduría; caerá por su propio peso

■ El PRD exige al Presidente poner fin al uso del aparato público contra adversarios

■ Se mete al país en la confrontación y la ingobernabilidad, advierten partidos y clero

■ Le instruye a la instancia federal adónde dirigirse

La Permanente se niega a recibir el expediente; no es la vía adecuada, aduce

■ Surpresa en la SCJN

Nunca el MP había pedido un desafuero por desacato

■ Los ministros expresan reservas sobre el asunto, ven “otras” implicaciones

■ Diego Velasco al proceso puede resolverse dentro de la ley y sin inhabilitación

■ Acusación irresponsable; las obras están incompletas hace años: Ortiz Pacheco

■ Para expertos, la PGR actúa por su cuenta y no por mandamiento judicial

■ Fallo favorable a Cabal: tendrían que devolverle \$3 mil millones

■ Son fondos depositados entre 1991 y 1992 en Banco Unión: es una sentencia (Argü. IDB)

■ Opinión: Ruel Frenkfort: Síndrome de abstinencia

■ Columnas: Atilio • Los Reyes DCE

■ México • Juan Carlos Daza

■ México 5A • Carlos Domínguez

■ Ciudad Piedad • Mónica A. Velasco

Portadas del *Reforma* 18 y 19 de mayo de 2004



Para la etapa de desarrollo de la crisis, *La Jornada* diversifica sus encuadres, pero mantiene, como lo realizará en todas las etapas de la crisis, un *framing* principal, el marco de que es una crisis política-gubernamental-electoral. El diario dirigido por Carmen Lira trata de establecer como antagonista, operador del desafuero, al Presidente de la República, Vicente Fox, quien, a través de la Procuraduría General de la República, lleva a cabo las indagatorias para proceder penalmente y dejar fuera de la carrera presidencial a López Obrador. Pero a su vez, el periódico de la cooperativa presenta a un Andrés Manuel con atributos positivos, como el de un fuerte apoyo social para el gobernante capitalino y principalmente el de conciliador, con lo cual lleva a cabo un *re-framing* para atacar el marco utilizado por los opositores de López Obrador y del Partido de la Revolución Democrática, de presentarlos como problemáticos y trasgresores de las instituciones y las leyes. El 13 de septiembre la noticia a 8 columnas de *La Jornada* es de especial atención al encuadrarse por primera vez el tema desde una perspectiva económica, con la entrevista al Secretario de Hacienda y Crédito Público, Francisco Gil Díaz, quien afirma que la economía mexicana está blindada ante la guerra política (*La Jornada*, 2004), en referencia a la crisis del desafuero. Asimismo continúan con el *framing* de que es una crisis político-electoral.



Por el contrario, *Reforma*, empieza a participar en el tema del desafuero, impulsándolo en su agenda mediática primero como antagonista, a través de publicaciones a 8 columnas con características desfavorables al gobernante capitalino y a su administración, como se aprecia en el titular del 13 de junio, que indica que el Gobierno del Distrito Federal suma 113 desacatos. El encuadre es de presentarlo como una persona llosa, que no respeta las leyes ni las instituciones. Como se indicó en el párrafo anterior, los opositores al Jefe de Gobierno capitalino buscaban establecerle un *framing* de problemático.



Del 2 al 10 de abril de 2005, el número de impactos a 8 columnas se incrementa considerablemente, por lo que se considera la etapa de madurez de la crisis. En este periodo la estrategia de encuadres en la información a 8 columnas seguida en el diario de izquierda en la semana de madurez se divide en dos: la primera del 2 al 7 de abril, en la cual destaca el *framing* de presentar al desafuero no sólo como una crisis político-electoral, sino económica e internacional. El diario de izquierda, con los encuadres, busca influir en el voto de los legisladores para no desaforar al gobernante capitalino, como se comprueba con los titulares del 6 y 7 de abril: “El desafuero sacude tasas, Bolsa y peso” (*La Jornada*, 2005: 1) y “Repulsa al desafuero en capitales financieras” (*La Jornada*, 2005: 1). En la segunda parte, del 8 al 10 de abril, consumado el desafuero del gobernante capitalino, *La Jornada* destacó el *framing* de un amplio apoyo ciudadano hacia López Obrador y que se trataba de una crisis política-electoral, para evitar que López Obrador fuera candidato en 2006 y ganara la lección presidencial, al ser el aspirante mejor posicionado en las encuestas electorales. El 9 de abril entra un factor más, se discute si al desaforar a López Obrador éste continúa siendo o no Jefe de Gobierno. Para el 10 de abril, el diario de la cooperativa internacionaliza el tema con la imagen de una manifestación de rechazo al desafuero desde París, Francia.

Portadas de *La Jornada* 6 y 7 de abril de 2005

La Jornada

DIRECTORA GENERAL: EVA SADE
DIRECTOR FUNDADOR: CARLOS PRADA VELAZQUEZ
MÉXICO, D.F. - TELÉFONO: 52 55 55 11 11 11 - FAX: 52 55 55 11 11 11 - WWW.LAJORNADA.MX - VIERNES 5 DE ABRIL DE 2005
10 PESOS

■ Claro efecto político, reconocen Ortiz y Prieto Treviño

El desafuero sacude tasas, Bolsa y peso

- Cayó 2.32% la BMV; los réditos de Cetes rondan 10%
- Los mercados financieros, sin problema alguno, sostiene Fox
- Chuyffet no logra apoyo unánime priista para la inhabilitación

Ramírez de la O: inversionistas extranjeros sufren ya graves pérdidas

■ Se cuenta con el apoyo del gobierno federal, dice el asesor de empresas de Wall Street

■ "Hay clima de incertidumbre, como en su vez desde 1995"

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

■ México, segundo receptor mundial de remesas, divulga el BM

La Jornada

DIRECTORA GENERAL: EVA SADE
DIRECTOR FUNDADOR: CARLOS PRADA VELAZQUEZ
MÉXICO, D.F. - TELÉFONO: 52 55 55 11 11 11 - FAX: 52 55 55 11 11 11 - WWW.LAJORNADA.MX - VIERNES 5 DE ABRIL DE 2005
10 PESOS

■ Medios de EU y Europa se unen al no

Repulsa al desafuero en capitales financieras

- Eliminar de la contienda a López Obrador, riesgo alto e inútil: Credit Suisse First Boston
- Washington Post: inhabilitarlo traerá graves consecuencias políticas y económicas
- La Bolsa sigue volátil; bajó ayer 1.06%



En la ciudad de su partido el Estado del Papá, Ciudad del Papá, se celebró la inauguración de la sede del gobierno federal. Los señores de la política mexicana se reunieron para discutir la situación del país y la posibilidad de una reforma constitucional. Los señores de la política mexicana se reunieron para discutir la situación del país y la posibilidad de una reforma constitucional.

■ Denuncia que se parapeta en México en Paz AC

■ Creel orquesta en tv cuantiosa campaña en contra nuestra: GDF

■ El espel viene de la NIT, aunque aparece con un disfraz de asociación civil, dice el gobernador capitalino

■ Ningún registro oficial de la organización; sus mensajes por el desafuero se transmiten en formato electrónico

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

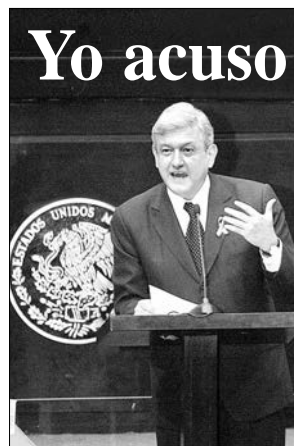
■ Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos

Portadas de *La Jornada* 8 de abril de 2005⁶²



Más de 200 mil personas, de acuerdo con reportes oficiales, asistieron al Zócalo capitalino para manifestar contra el desafuero de Andrés Manuel López Obrador. El evento se celebró en el Zócalo capitalino para manifestar contra el desafuero de Andrés Manuel López Obrador. El evento se celebró en el Zócalo capitalino para manifestar contra el desafuero de Andrés Manuel López Obrador.

⁶² El 8 de abril *La Jornada* publica una falsa portada, en la cual presenta una imagen a dos planas y en color; además, en la portada presenta una fotografía más y tres notas informativas a 8 columnas, las cuales tienen el mismo tipo y tamaño de letra.



López Obrador: deshonrosa trama de Fox y Azuela para desafiarlo

“Un grupo de empresarios exigió evitar que llegara a Los Pinos”

“A ustedes y a mí nos juzgará la historia”, advirtió a los diputados

Acatan el PRI y el PAN la orden de *mayoritar* la inhabilitación

■ Presiones con un aval de inmediato

■ Para la ALDF conserva el cargo, decide intervenir controversia ante la Corte

El tabasqueño, en un Zócalo repleto, convoca a no caer en la provocación

■ 7 y 38 y 42

Opinión
Presión a la corrupción de la democracia, la iniciativa de Juan Villoro

Crónicas
■ Entre Guelaguetza 8
■ Entre Amos 15
■ Entre Cero 20

Portadas de *La Jornada* 9 y 10 de abril de 2005

■ México “dio un ejemplo al mundo” desde San Lázaro: Fox
López Obrador es aún jefe del GDF: diputados y juristas

Legisladores de diversas posturas, incluido el presidente de la Cámara de Diputados, Andrés Bello López Obrador, en la sesión de apertura de la Comisión de Derechos Humanos del GDF, cuando se debatía la Ley de Acceso a la Información Pública. En la foto, el presidente de la Comisión, Andrés Bello López Obrador, con el secretario de la Comisión, Andrés Bello López Obrador, y el secretario de la Comisión, Andrés Bello López Obrador.

CIERRA FILAS GABINETE CAPITALINO; ENCINAS, A CARGO



El gabinete capitalino en pleno protocolo ante la declaración de la sesión de la Comisión de Derechos Humanos del GDF. En la imagen, el secretario de la Comisión, Andrés Bello López Obrador, con el secretario de la Comisión, Andrés Bello López Obrador, y el secretario de la Comisión, Andrés Bello López Obrador.

Juicio político a quienes votaron por el desfuero, plantea Carrancá

Unido la PGR con el calderón a la ciudad de México, el abogado Andrés Bello López Obrador, en la sesión de apertura de la Comisión de Derechos Humanos del GDF, cuando se debatía la Ley de Acceso a la Información Pública. En la foto, el presidente de la Comisión, Andrés Bello López Obrador, con el secretario de la Comisión, Andrés Bello López Obrador, y el secretario de la Comisión, Andrés Bello López Obrador.

Pronostican prensa y analistas de EU días aciagos por la maniobra camará



Andrés Bello López Obrador, en la sesión de apertura de la Comisión de Derechos Humanos del GDF, cuando se debatía la Ley de Acceso a la Información Pública. En la foto, el presidente de la Comisión, Andrés Bello López Obrador, con el secretario de la Comisión, Andrés Bello López Obrador, y el secretario de la Comisión, Andrés Bello López Obrador.

Beltrones tramaba la injerencia del Senado

El jefe de Gobierno pide ser consignado ya; Vega Memije, apenas “mandadero” de poderes en el DF



Un grupo de estudiantes mexicanos en la ciudad de París, en la ciudad de México, en la sesión de apertura de la Comisión de Derechos Humanos del GDF, cuando se debatía la Ley de Acceso a la Información Pública. En la foto, el presidente de la Comisión, Andrés Bello López Obrador, con el secretario de la Comisión, Andrés Bello López Obrador, y el secretario de la Comisión, Andrés Bello López Obrador.

■ “Fui torturado”, denuncia Nahúm Acosta, libre: según la Presidencia, “se fortalece” la ley

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

■ “Mi jefe es el peor enemigo de la PGR”, declara uno de los promotores de la Ley de Acceso a la Información Pública

El periódico de Alejandro Junco en la etapa de madurez de la crisis en sus 8 columnas del 2 al 10 de abril de 2005 presenta la información con atributos desfavorables a López Obrador y el principal encuadre que utiliza es el de calificarlo como problemático, que no respeta la ley y ataca a todas las instituciones del país. El 7 de abril, el cabezal indica: “Dice AMLO adiós” y el subtítulo: “De desacato a desacato” (*Reforma*, 2005); en tanto el 8 de abril el titular fue: “Cae AMLO y acusa”, el cual se remata en la fotografía que señala: “...VA CONTRA TODOS. Los empresarios y los que mandan. Los jueces. El Presidente. Los legisladores.” (*Reforma*, 2005). Es de

destacar el 5 de abril cuando el *Reforma* enmarca el tema del desafuero como un asunto económico-internacional, además que presenta con ese *framing* antes que *La Jornada*, quien publica el tema con encuadres económicos-internacionales los días 6 y 7 de abril.

Portadas del *Reforma* 5 y 7 de abril de 2004



Portada del *Reforma* 8 de abril de 2004



La Jornada

DIRECTORA GENERAL: EVA SAIZ
 DIRECTOR GENERAL: EVA SAIZ
 DIRECTOR GENERAL: EVA SAIZ

Había encallado en México el barco que llevó a Miami a Posada Carriles

El barco "Fidel Castro" que el terrorista confuso fue condenado a salir por un viaje agente de la CIA.

Obtuvo Pemex excedente mayor a \$9 mil millones en el primer trimestre

Más de 2 millones de niños, muertos por pobreza desde febrero: Oxfam

"Repudiaban" a Cárdenas quienes ahora lo elogian: Ortega y Pólevinsky

El "El argentino no irá contra la bandera", expresó César Páez.

opinión
 La guerra que se viene sobre Irán
 Miguel Ríos

columnas
 El mundo
 4

columnas
 El mundo
 4

columnas
 El mundo
 4

columnas
 El mundo
 4

La Jornada

DIRECTORA GENERAL: EVA SAIZ
 DIRECTOR GENERAL: EVA SAIZ
 DIRECTOR GENERAL: EVA SAIZ

Pide aclarar cómo Posada Carriles llegó a EU vía México

Exige Castro "explicaciones" a Vicente Fox

Considera "milagroso" que no se "descubriera" al terrorista
 Pronostica que Derbez perderá las elecciones en la OEA
 "Que dimita; todos saben quién es el candidato de Washington"

Silencio de Gil Díaz ante la demanda de democratizar el FMI y el BM

Argentina y Brasil encabezan la presión latinoamericana

Rompe el PRD capitalino con el gobierno federal, PRI y blanquiazul

Confirma López Obrador que se reintegrará a sus labores con el GDF el lunes

opinión
 Democracia a la carta
 José Benítez

columnas
 El mundo
 4

columnas
 El mundo
 4

columnas
 El mundo
 4

columnas
 El mundo
 4

El *Reforma* retoma la crisis del desafuero, lo que permite que se posicione de nueva cuenta el tema y se registre un repunte de la crisis, que se delimitó entre el 19 y 25 de abril. Ambos medios de nueva cuenta publican el tema del desafuero en sus 8 columnas, con 9 impactos cada uno. Como se indicó en párrafos anteriores, los dos medios coinciden, por primera vez en sus espacios de mayor importancia, en la presentación del tema del desafuero, por lo tanto los *framings* son iguales, como el 22 de abril cuando ambos diarios encuadran el tema ya no solamente con características político-electorales, sino que es un asunto que involucra y divide a la Iglesia Católica⁶³. Ese mismo día las imágenes de mayor importancia son similares, la concentración ciudadana en Guadalajara, Jalisco, con el encuadre de un amplio apoyo ciudadano, el cual es utilizado en diversas ocasiones por los dos diarios.

En la segunda coincidencia de los dos medios en sus notas de 8 columnas, el 23 de abril, también coinciden en los encuadres, el cual es señalar la derrota de la Procuraduría General de la República en el desafuero de López Obrador y por lo tanto establecer como ganador al ex jefe capitalino. Bien podría concluirse que cuando los protagonistas y antagonistas coinciden en los encuadres podría iniciar el declive o salida de las crisis políticas.

Cabe destacar el 24 de abril, cuando *La Jornada* internacionaliza la crisis del desafuero, además que le da un encuadre cultural al presentar una entrevista con dos

⁶³ Alrededor del 85% de la población mexicana era católica en 2005, de ahí la importancia de presentar a la Iglesia Católica como actor o fuente informativa y si apoyaba o no el desafuero del Jefe de Gobierno capitalino.

Portadas de *La Jornada* 22, 23 y 24 de abril de 2005[illegible]



En la etapa de declive –final– de la crisis, que inicia el 26 de mayo, además de registrarse una disminución importante en el número de publicaciones a 8 columnas en los dos diarios, se presenta el acuerdo entre las principales partes involucradas, por lo que se deja a un lado el ser protagonista y/o antagonista, lo que permite que los dos rotativos lleguen a coincidir en los atributos y encuadres utilizados.

Ante las coincidencias, el 27 de abril *La Jornada*, presiona presentando a la crisis como un tema internacional, ahora con la participación activa del Presidente de Cuba, Fidel Castro. El diario de Carmen Lira titula la noticia: “Castro: Fox, ‘un corderito’ de Estados Unidos” y sugiere que renuncie como salida al conflicto del desafuero (*La Jornada*, 2005: 1).

El 28 de abril los dos diarios publican a 8 columnas la posibilidad de una salida al conflicto entre el Presidente de la República y el exjefe de Gobierno del Distrito Federal; además anuncian la revisión del expediente y la renuncia del titular de la PGR. El 29 de abril ambos medios informan la divergencia entre el Ejecutivo Federal y el Partido Revolucionario Institucional, por buscar una salida política a la crisis del desafuero. En toda la crisis del desafuero ambos eran antagonistas y buscaban desaforar a López Obrador.

Finalmente, el 7 de mayo es fecha clave y definitiva, puesto que se reúnen las dos partes en crisis, el Presidente de la República y el ex titular del Gobierno de la

Portadas de *La Jornada* 27, 28 y 29 de abril y 7 de mayo de 2005[illegible]



Los dos principales involucrados dejan a un lado las diferencias y por lo tanto dejan de ser protagonistas y antagonistas, para llegar a acuerdos en la crisis política, con lo cual también se deja de buscar que el resto de los actores que tomaron parte de la crisis dejen de participar de forma activa, ya fuese en favor o en contra.

Según lo expuesto en este epígrafe, se concluye que el seguimiento realizado durante 12 meses del tema del desafuero permite detectar, en primer lugar, que un

problema jurídico entre un particular y un gobierno puede convertirse en una crisis con todas sus etapas, porque los medios masivos de comunicación, que juegan un papel fundamental, incluyen o excluyen de su agenda el tema y, por ende, de las otras dos grandes agendas, la política y la pública. En segundo lugar, se puede apreciar que los medios, con el beneplácito de sus aliados políticos, a través de las informaciones a 8 columnas que publican, bien en texto bien en formato fotografía, intentan influir en la postura de la opinión pública. Los temas se encuadran ya sea desde los planos económico, político, gubernamental, electoral, etc. para generar una mayor expectativa en los públicos y buscar beneficiarse de la situación de crisis que se vive.

Lo anterior ha sido posible con el establecimiento de los encuadres desde el momento cero de la crisis. A partir de la etapa de inicio de la crisis los dos medios hicieron uso de encuadres para determinar los atributos o características que serían transmitidos a sus audiencias, pero no podemos afirmar que el tema se encontrara establecido en todas las fases de la crisis. En las fases donde el tema no se encontraba a discusión fue en la de madurez y en el repunte.

La disputa por el establecimiento de encuadres se vio potenciada en la madurez de ésta, que es cuando los actores involucrados hacen el mayor y más extraordinario uso de los recursos con los que cuentan y los medios llevan a cabo una mayor cobertura del evento. De ahí que todos quieran presentar el tema con características que les sean favorables a ellos y desfavorables al resto, tal y como ha señalado Van Dijk (2003). Es decir, una crisis de este tipo (político-gubernamental-electoral) generará todo tipo de estrategias que serán puestas en práctica con el objetivo de obtener beneficios a corto, mediano o largo plazo.

El periodo más álgido de la crisis genera la participación de más actores y sus más diversas herramientas, siendo una de éstas los medios masivos de comunicación. Por todo ello, consideramos necesario el estudio y análisis más detallado de éstos para conocer su alcance y manejo en situaciones de crisis y de forma particular en la etapa de madurez.

Para terminar con esta parte del análisis, cabe reiterar que la divergencia/coincidencia que da título a este apartado está en el hecho de que es lógico que los medios masivos, en este caso los dos periódicos analizados, den relevancia a un tema en función de cuál vaya siendo el cariz que adquiera. Como medios no pueden ignorar un tema sobre una situación de crisis político-gubernamental y con implicaciones electorales porque son eventos que atraen a las audiencias (de gran

impacto). Aunque es cierto, que la línea editorial influye, porque en el caso de *La Jornada*, de tendencia izquierdista, el volumen de noticias es mayor que en *Reforma*. ¿Por qué? seguramente porque el primero es simpatizante del político implicado en la crisis, López Obrador, con lo que debe ocuparse de la cuestión para influir en las agendas política y pública en favor de su candidato. Esta implicación directa hace que no solamente se cubra el tema, sino que además, el volumen de información sea mayor para intentar contrarrestar el poder que, en este caso, pueda tener el Gobierno Federal, que es el otro contrincante de esta contienda.

10.6. NUEVE DÍAS DEL DESAFUERO, LA MADUREZ DE LA CRISIS

Del análisis expuesto en este capítulo, apartados 2 - 5, ha quedado claro que el periódico que más cobertura dio al tema del desafuero fue *La Jornada*, al tener una ideología más próxima a López Obrador. Su intención desde el momento en el que se conoce este tema de crisis es, no sólo, incluirlo, sino mantenerlo en su agenda con el fin de formar una opinión favorable al Jefe del Gobierno de Distrito Federal y en contra del Gobierno Federal. Mientras, *Reforma* trató de dar una menor relevancia a este tema, aunque esta actitud cambió durante los 9 días (del 2 al 10 de abril de 2005) en los que la crisis político-gubernamental-electoral estuvo en su fase más álgida o de madurez. Los datos para el análisis de la fase de madurez se encuentran recogidos en la segunda base de datos (véase anexo II), en la cual se reflejaron las 935 informaciones en las que se hace mención al desafuero. El resto de noticias en las que no hay mención al tema han sido desechadas.

Las fechas o días claves han sido el día 2 de abril, cuando se publica la decisión de llevar ante el pleno de la Cámara de Diputados la solicitud de desafuero de Andrés Manuel López Obrador; el jueves 7 de abril, cuando se llevó a cabo en la Cámara de Diputados la sesión para el retiro del fuero constitucional al Jefe de Gobierno de la Ciudad de México y que se publica el 8.

Este apartado, por tanto, se ocupará de la fase denominada “madurez de la crisis” porque los dos periódicos publicaron el mayor número de noticias, no sólo en las 8 columnas, sino en todo el impreso sobre la crisis. Concretamente, del 2 al 10 de abril de 2005, se contabilizan 25 impactos en ambos medios en su información de mayor importancia, de los cuales 14 son en texto y 11 en fotografía, de éstos 18 son publicados por *La Jornada*, 10 en texto y 8 en imágenes, y 7 por *Reforma*, 4 en texto y 3 en fotografía. El único día que el desafuero no fue considerado el tema principal por los dos diarios fue el 3 de abril, al ocupar dicho lugar la muerte de Juan Pablo II.

¿Por qué estos nueve días fueron tan relevantes? Sin querer ser repetitivos, puesto que ya se mencionó, se debe recordar que en estos días es cuando la Comisión Instructora de la Cámara de Diputados, formada por cuatro diputados, decidió que el Poder Legislativo en pleno se conformara como Jurado de Procedencia para votar sobre si se retiraba el fuero constitucional o no al Jefe de Gobierno del Distrito Federal. La decisión era muy importante porque si la Comisión decidía que se retirase se podría proceder judicialmente en contra de Andrés Manuel López Obrador, con lo que perdería

sus derechos como ciudadano mexicano y, por tanto, quedaría inhabilitado para presentarse como candidato en el proceso electoral de 2006 para elegir al Presidente de la República (crisis político-gubernamental-electoral).

Esa semana fue crucial, puesto que la batalla que se inició entre el Gobierno Federal y el Gobierno del Distrito Federal se trasladó a los medios masivos de comunicación, que no solamente hicieron eco de la crisis otorgándole una gran relevancia, sino que se posicionaron respecto a ésta. Por ello, en el análisis se presta atención a seis variables divididas en cuantitativas (fecha y medio) y en cualitativas (género o elemento periodístico, página, sección y generador o fuente informativa).

10.6.1. Variables

La variable fecha viene determinada por la temporalidad de la situación de crisis del desafuero (véase el capítulo 10.4), y de manera más concreta la fase de madurez, del 2 al 10 de abril de 2005 (véase capítulo 10.4.4) por el número de impactos presentados por los dos medios impresos analizados en sus espacios de mayor importancia, la noticia y fotografía a 8 columnas. Esta variable permitirá conocer cómo se manejó la información día a día (en este caso durante los nueve días señalados) para ver cuándo se le dio mayor y/o menor importancia al tema en los periódicos analizados.

La elección de la variable medio⁶⁴, por otra parte, se hace imprescindible puesto que según los objetivos y las hipótesis establecidos (véase el capítulo 3) es necesario realizar el análisis determinando las diferencias entre los dos medios al presentar características y líneas editoriales distintas, lo que conllevará a coberturas diferentes respecto al tema de estudio.

En cuanto a las variables cualitativas periodísticas explicadas en el capítulo de Metodología, debemos centrarnos en cuatro variables:

1. Género o herramienta periodística. La presentación a 8 columnas otorga gran notoriedad a la noticia, lo mismo que el editorial al definir y recoger la línea del medio. Con una menor notoriedad se presentan los géneros de opinión⁶⁵, como

⁶⁴ La variable medio se detalla más adelante, cuando se analizan de forma separada y se comparan los resultados de cinco de las seis variables.

⁶⁵ Arturo Novelo (2015) divide en tres los géneros periodísticos: informativos, de opinión e interpretativos. Como parte de los géneros informativos Vicente Leñero y Carlos Marín (1986) incluyen a la nota informativa y a la entrevista. Dichos autores señalan que el artículo, la editorial, la columna y la crítica pertenecen a los géneros de opinión. En el de interpretativos incluyen a la crónica y al reportaje. El resto de las unidades de contexto en el género periodístico son elementos o herramientas periodísticas que pueden generar valoración cuantitativa y cualitativa, siendo estos: noticia a 8 columnas, fotografía a 8 columnas, caricatura, la entrada, la infografía, el desplegado publicitario y las cartas al director

el editorial, la columna o el artículo y los interpretativos como la crónica y el reportaje, los cuales abordan el tema de una forma más amplia y profunda.

2. **Página.** La variable es determinante para generar valoración a la información que publican los medios impresos. No es lo mismo publicar en portada, en página impar o en par. En la portada se presenta la información con mayor importancia, así como en las primeras páginas del impreso, jerarquía que va desapareciendo conforme van pasando las páginas. La contraportada es una página de importancia en los diarios que cuentan con ella. También hay que decir que, la página impar es mejor que la par.
3. **Sección.** Esta variable en el periodismo permite por sí misma establecer encuadres –características– e importancia a la información presentada. Como se indicó en el capítulo de metodología (capítulo 9), las secciones determinan la cobertura e influencia geográfica del tema, así como la importancia de éste y los grupos a los que va dirigida la información.
4. **Actor, fuente informativa o generador.** Esta variable tiene importancia en el periodismo en un primer término por la inclusión-exclusión que genera el medio en los lectores al aceptar las declaraciones de algunas personas y de otras no; y, en segunda instancia, por el valor o importancia que generan los propios actores o fuentes que son admitidos por el medio.

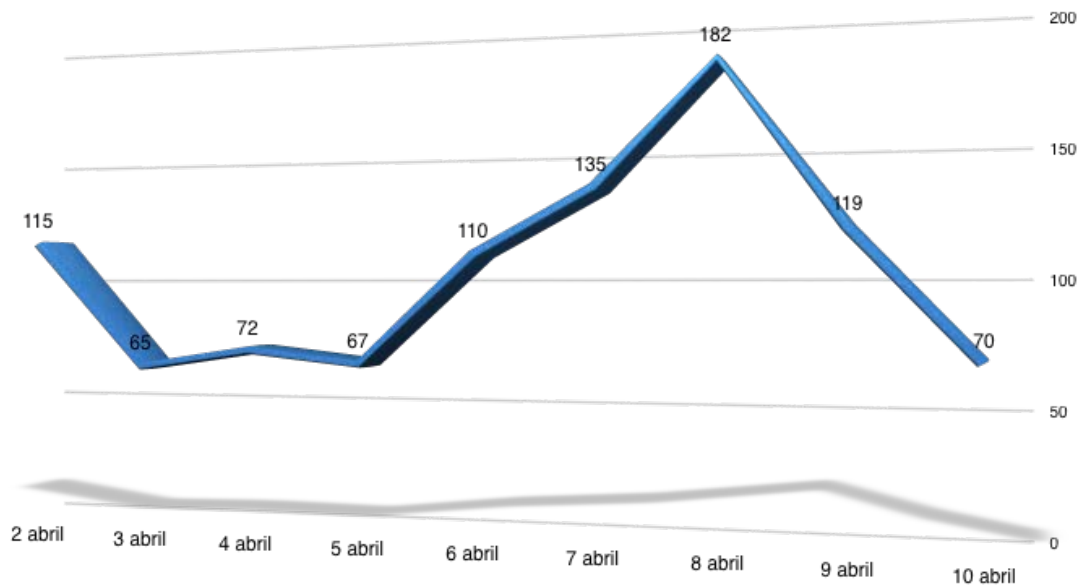
10.6.2. Resultados según variables cuantitativas y cualitativas

10.6.2.1. Fecha y medio

En el día de la discusión del desafuero (7 de abril), así como durante los cinco días previos y tres posteriores, se registró una amplia cobertura en los dos medios impresos seleccionados (935 informaciones en total), lo que confirma que ambos dieron una gran importancia a este tema intentando establecer al desafuero en las agendas mediática, política y pública. El desafuero, además de que se publicó de forma constante y permanente en la etapa de madurez, fue presentado a través de diversos actores, géneros y elementos periodísticas, en las más variadas secciones y páginas, para aumentar la capacidad persuasiva del tema, como subraya Klapper (1960), que a través de la repetición, especialmente con variaciones, la capacidad persuasiva de los media aumenta considerablemente.

Gráfico 7

Cobertura mediática en la madurez de la crisis



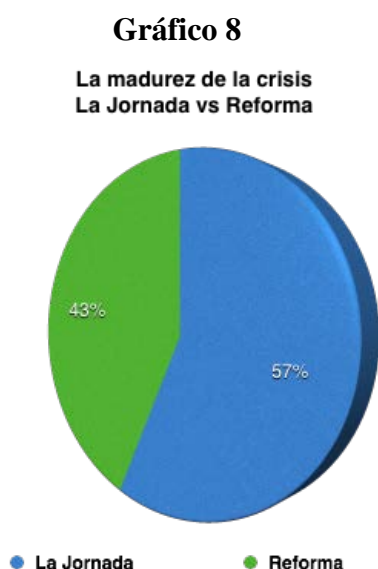
Elaboración propia.

Durante el periodo analizado, la madurez de la crisis, el tema del desafuero se encontraba establecido. Durante los nueve días sumaron 935 impactos, un promedio de 104 impactos cada día, por lo que no era el en qué pensar lo que se buscaba establecer, sino el cómo se debería pensar, registrándose una batalla cuantitativa y cualitativa. Ambos medios publicaron gran número de noticias para presentar posturas a favor o en contra del desafuero de los más diversos actores o fuentes informativas a través de los diversos géneros periodísticos.

Desde el 2 de abril, cuando se publica el anuncio de la Sección Instructora para discutir ante el pleno de la Cámara de Diputados Federal el desafuero del Jefe de Gobierno capitalino, se desata una batalla por presentar el mayor número de impactos, 115 inserciones entre ambos medios. El día de mayor cobertura periodística fue el 8 de abril, con 182 publicaciones en los dos diarios analizados por la resolución de la Cámara de Diputados Federal de retirar el fuero constitucional a López Obrador y su destitución como Jefe de Gobierno del Distrito Federal. Tiene una amplia cobertura a través de reacciones de los más diversos actores, con lo cual se buscaba influir en la opinión pública. El segundo día con mayor cobertura fue el 7 de abril, que alcanzó 135 inserciones, siendo la fecha en la que se discutía en el recinto legislativo el desafuero. Para ese día los medios trataron de establecer encuadres a través de diversas fuentes o

generadores de información, en sus lectores y en los diputados, que ese día votarían el retiro del fuero a López Obrador. El 9 de abril los medios continuaron la batalla de apoyos tanto a favor como en contra de la resolución del desafuero a Andrés Manuel; pero, además, se discutiría tanto cuantitativa como cualitativamente la procedencia de destitución de Andrés Manuel López Obrador como Jefe de Gobierno del Distrito Federal.

Respecto del medio, *La Jornada* llevó a cabo una cobertura más amplia, equivalente al 57 por ciento, es decir, 533 informaciones de 935. *Reforma* publicó 402 informaciones de 935, es decir, el 43 por ciento.

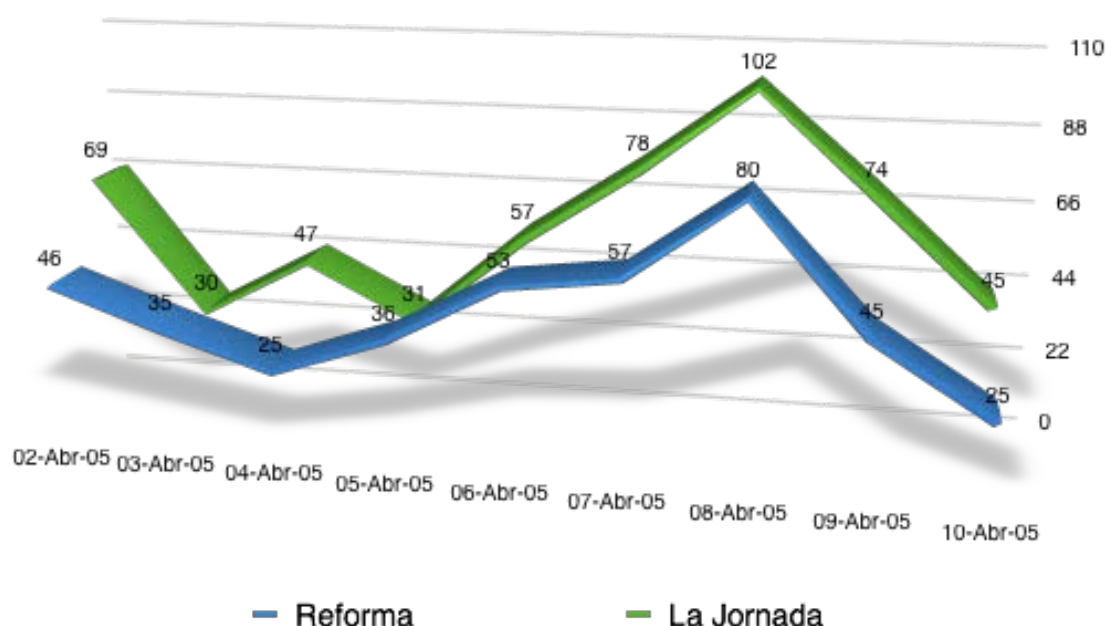


Elaboración propia.

La diferencia en la cobertura de ambos medios en la etapa de la madurez de la crisis no es tan amplia al compararla con el seguimiento anual, en los 9 días es de 14 por ciento, porcentaje que en términos absolutos equivale a 131 registros entre ambos medios, mientras que en el análisis de los 12 meses la separación entre ambos medios fue del 40 puntos porcentuales a favor del diario de izquierda.

La distribución de la información durante los nueve días de la madurez de la crisis demuestra que el tema fue cubierto de forma desigual, pero con una menor diferencia a favor de *La Jornada*; salvo el 3 y el 5 de abril, días en que es *Reforma* quien publica más sobre el desafuero.

Gráfico 9
Nueve días La Jornada vs Reforma



Elaboración propia.

Ahora bien, durante cada uno de los nueve días de la madurez de la crisis se presentaba una competencia por la publicación del mayor número de registros sobre el desafuero, de los cuales en siete días *La Jornada* presentó más impactos y, como se indicó en el párrafo anterior, el *Reforma* tuvo más inserciones en dos. El día que se registró el menor número de inserciones sobre el retiro del fuero fue el 3 de abril, que coincide con la salida del tema analizado de las 8 columnas en los dos impresos, y la presencia tanto en la noticia principal como en la cobertura mediática de la muerte de Juan Pablo II.

El día que cada medio publica el mayor número de registros es el 8 de abril, cuando informan la resolución de la Cámara de Diputados de retirar el fuero constitucional al Jefe de Gobierno del Distrito Federal, además de separarlo de su cargo. De las 182 inserciones en ambos diarios, 102 se presentaron en *La Jornada*, que representan el 56.0 por ciento, frente a 80 del *Reforma*, el 44.0 por ciento.

Del análisis de estas dos variables se desprende lo siguiente: Los medios dan una amplia cobertura al tema (el promedio es de 103.88 registros por día) durante los nueve días que conforman la denominada “madurez de la crisis”. Este comportamiento se

sigue, sobre todo, en el inicio (2 de abril, por encima de la media) y en el momento central de la discusión y resolución de la Cámara de Diputados (6, 7 y 8 de mayo, por encima de la media); después, el seguimiento vuelve a decrecer de manera considerable (9 y 10 de abril, por debajo de la media).

En estos días lo que prevaleció fue la necesidad de cubrir un evento de relevancia nacional y tanto los medios de izquierdas como los de derechas debían tenerlo en sus agendas por las posibles involucraciones político-gubernamentales y electorales. Por tanto, la cobertura fue importante, pero no sirvió para definir a lo largo de la crisis la valencia del tema del desafuero en cada diario. Un estudio más detallado se puede obtener mediante el análisis de las variables cualitativas.

10.6.2.2. Género periodístico y medio

La separación del análisis de las variables fecha-medio del resto de los resultados se debe a que, como se explicó en párrafos anteriores y en el capítulo de metodología (véase el capítulo 9), las variables de género o elementos periodísticos, página, sección periodística y generador o fuente informativa, por sí mismas generan relevancia cualitativa a la información periodística publicada.

Dentro de la variable género periodístico se analizan los géneros y otros elementos informativos que permiten un mejor análisis de la información publicada por los medios impresos. Los géneros periodísticos⁶⁶ analizados son: noticia, entrevista, crónica, reportaje, columna, artículo y editorial. Además, se estudian los siguientes elementos informativos que por sus características son fundamentales en el periodismo impreso al generar valencia a la información, pero que no son clasificados como un género periodístico: noticia a 8 columnas, fotografía a 8 columnas, fotografía, caricatura, entrada, infografía, desplegado publicitario y participación ciudadana o cartas al director. Tanto los géneros periodísticos como los elementos informativos permiten un mejor análisis de la información publicada en los medios impresos, los cuales fueron utilizados para presentar el desafuero de López Obrador en las páginas de *La Jornada* y el *Reforma* y darle atributos periodísticos, las cuales, presentamos también según el periódico.

⁶⁶ Vicente Leñero y Carlos Marín, en su libro *Manual de Periodismo* (1986), mencionan siete géneros periodísticos, a saber: noticia, entrevista, crónica, reportaje, columna, artículo y editorial.

Cuadro No. 23
Volumen de informaciones sobre el desafuero según tipos de géneros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	8 Columnas	14	1,5	1,5
	Nota General	398	42,6	44,1
	Foto 8	11	1,2	45,2
	Fotografía	176	18,8	64,1
	Editorial	6	,6	64,7
	Artículo	29	3,1	67,8
	Columna	87	9,3	77,1
	Caricatura	47	5,0	82,1
	Entrada	46	4,9	87,1
	Crónica	16	1,7	88,8
	Infografía	7	,7	89,5
	Desplegado	39	4,2	93,7
	Publicitario			
	Participación	55	5,9	99,6
	Ciudadana			
	Reportaje	1	,1	99,7
	Entrevista	3	,3	100,0
	Total	935	100,0	100,0

Elaboración propia.

Cuadro No. 24
Tabla de contingencia Género - Medio

			Medio		Total
			Jornada	Reforma	
Género	8 Columnas	Recuento	10	4	14
		% dentro de Género	71,4%	28,6%	100,0%
		% dentro de Medio	1,9%	1,0%	1,5%
	Nota General	Recuento	210	188	398
		% dentro de Género	52,8%	47,2%	100,0%
		% dentro de Medio	39,4%	46,8%	42,6%
	Fotografía 8 columnas	Recuento	8	3	11
		% dentro de Género	72,7%	27,3%	100,0%
		% dentro de Medio	1,5%	0,7%	1,2%
	Fotografía	Recuento	96	80	176
		% dentro de Género	54,5%	45,5%	100,0%
		% dentro de Medio	18,0%	19,9%	18,8%
	Editorial	Recuento	6	0	6
		% dentro de Género	100,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de Medio	1,1%	0,0%	0,6%
	Artículo	Recuento	16	13	29
		% dentro de Género	55,2%	44,8%	100,0%
		% dentro de Medio	3,0%	3,2%	3,1%
	Columna	Recuento	46	41	87
		% dentro de Género	52,9%	47,1%	100,0%
		% dentro de Medio	8,6%	10,2%	9,3%
	Caricatura	Recuento	31	16	47
		% dentro de Género	66,0%	34,0%	100,0%
		% dentro de Medio	5,8%	4,0%	5,0%
	Entrada	Recuento	38	8	46
		% dentro de Género	82,6%	17,4%	100,0%
		% dentro de Medio	7,1%	2,0%	4,9%
	Crónica	Recuento	5	11	16
		% dentro de Género	31,2%	68,8%	100,0%
		% dentro de Medio	0,9%	2,7%	1,7%
	Infografía	Recuento	0	7	7
		% dentro de Género	0,0%	100,0%	100,0%
		% dentro de Medio	0,0%	1,7%	0,7%
	Desplegado Publicitario	Recuento	28	11	39
		% dentro de Género	71,8%	28,2%	100,0%
		% dentro de Medio	5,3%	2,7%	4,2%
	Participación Ciudadana	Recuento	35	20	55
		% dentro de Género	63,6%	36,4%	100,0%
		% dentro de Medio	6,6%	5,0%	5,9%
	Reportaje	Recuento	1	0	1
		% dentro de Género	100,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de Medio	0,2%	0,0%	0,1%
	Entrevista	Recuento	3	0	3
		% dentro de Género	100,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de Medio	0,6%	0,0%	0,3%
Total	Recuento		533	402	935
	% dentro de Género		57,0%	43,0%	100,0%
	% dentro de Medio		100,0%	100,0%	100,0%

Elaboración propia.

Ejemplos de noticia y fotografía a 8 columnas del *Reforma*

2 de abril de 2005



Respecto del editorial, ocurrió algo similar, son seis los publicados durante la etapa de madurez de la crisis y todos ellos en *La Jornada*. Se ha resaltado que este género es muy importante porque marca la línea ideológica del periódico, por lo que incluir un editorial sobre el tema del desafuero equivaldría a manifestar directamente la postura del medio al respecto, pero al parecer, en este caso no se ha considerado pertinente que el medio se manifestara directamente a favor o en contra. Cabe destacar una curiosidad, si bien en el diario *La Jornada* hay editorial como tal, en *Reforma* se presenta una sección que en su encabezado figura “editorial” pero, en realidad recoge artículos de colaboradores de diversas tendencias, de ahí que este periódico sea visto como más neutral.

Ejemplo de editorial en *La Jornada*

4 de abril de 2005

jueves 7 de abril de 2005 → Opinión → Golpe contra todos

Editorial

Golpe contra todos

El día de hoy, la bancada panista y la mayoría de la priista de la Cámara de Diputados erigida en jurado de procedencia para destituir al jefe del Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, se aprestan a dar un golpe gravísimo de muchas bandas. Si el amañado proceso de desafuero concluye como está previsto por sus organizadores, es decir, con la remoción del cargo del gobernante capitalino, se habrá desvirtuado la voluntad popular que llevó al poder a López Obrador por medio del sufragio libre y democrático.

Se pretende cancelar, también, el derecho del político tabasqueño a participar en los comicios presidenciales del año entrante, y el de los ciudadanos que han decidido votar por él y quienes, según todos los sondeos, conforman la mayoría del electorado. Pero el doble fraude electoral, *a posteriori* y a futuro, en que se traduce la conjura jurídico-parlamentaria contra el jefe de Gobierno capitalino, es sólo una de las significaciones del desafuero.

Quiénes otorguen su voto a la cancelación de los derechos políticos de López Obrador estarán votando, también, contra la estabilidad política e institucional; contra la certidumbre económica y financiera, de por sí precaria; contra la imagen y la percepción de México en la comunidad internacional, y a favor de la cancelación de las posibilidades de participación democrática en el país. Sobre esto último, cabe preguntarse con qué certeza y con qué cara podrá llamarse a los sectores que desconfían de la vía electoral a que participen y gansen contiendas sólo para ser despojados de sus cargos de representación popular en cuanto su gestión resulte incómoda a quienes se consideran verdaderos dueños del poder; es decir, la alianza formada por lo más reaccionario del PAN, lo más corrupto del PRI y el grupo de presión político-empresarial cohesionado por sus complicidades en torno de Carlos Salinas.

Es obligado cuestionar qué legitimidad podría tener la elección presidencial del año entrante si se realiza en ausencia del ciudadano mejor situado para ganarla, y si su ausencia es consecuencia de un proceso judicial turbio, basado en delitos fabricados y en historias falsas, como las que difundió la PGR sobre el supuesto descaño del gobierno capitalino a una orden judicial en torno al predio El Encino.

En el contexto de la ya evidente disputa con la realidad que sostiene el gabinete en funciones, el gobierno federal sigue promediando alegatos de normalidad y calma chicha, mientras en los ámbitos de la especulación financiera, a los que debe fidelidad la presidencia foxista, se acusan señales de alarma por la irresponsabilidad y la torpeza del manejo político.

La percepción del desafuero como una maniobra inescrupulosa y desaseada que coloca en la antecala del derumbe a la precaria institucionalidad democrática no es necesaria ni exclusivamente perredista u opositora. La comparan los analistas de Wall Street, las grandes corredurías financieras y *The Washington Post*, diario que advirtió en su editorial de ayer que "la descalificación de López Obrador sería un desastre para el sistema político mexicano y para su estabilidad a largo plazo", y exhortó a los diputados del Presidente panistas, priistas, y uno que otro que da su voto al mejor postor a "abstenerse de cometer una

Los datos anteriores dan indicios de que el posicionamiento real de estos dos periódicos pueda estar en los géneros de opinión (artículo y columnas). Pero en el caso de los artículos el número es muy bajo, 29 de 935, de los cuales 16 se publicaron en *La Jornada* y 13 en *Reforma*. Respecto de la columna, se puede decir que hay un volumen considerable, 87 de 935, 52,9 por ciento en *La Jornada* y 47,1 por ciento en *Reforma*, lo que ha supuesto una media de 9,6 por día. Si bien es cierto que los columnistas registraron una alta actividad en los dos diarios, resalta la baja participación de articulistas, personas que no pertenecen a la plantilla del medio y que participan de forma esporádica, por lo que es normal que en nueve días no haya demasiados.

Ejemplo de columna y artículo en *La Jornada*

4 de abril de 2005

jueves 7 de abril de 2005 → Opinión → ASTILLERO

ASTILLERO

Julio Hernández López

El desafuero de sí mismo

Adiós, Presidente

Sótanos en paz

Carta zapatista



Portada de La Jornada de hace
un a❖

abominado. Allí están, para ejemplo, los asomos desde los sótanos clásicos que hacen aparecer en espacios televisivos los anuncios de una organización, "México en Paz", con los que se pretende cerrar conceptualmente la pinza del miedo y la amenaza que la Secretaría de Gobernación (¡oh, hombrecito de Bucareli, tu antecesor Díaz Ordaz te saluda!) había desplegado antes en medios electrónicos advirtiéndole de la importancia de que los ciudadanos no se metan en pleitos ni anden de marchones o protestantes.

A PARTIR DE hoy, el señor Fox deberá apoyarse en dos muletas de factura cara y de fracturas impredecibles. Por un lado, en el grupo de Carlos Salinas de Gortari, que le ha conducido como Capercucita por el Bosque de San Lázaro para encontrarse con el Lobo Desafuero ("¿Para qué tienes esos votototes tan grandototes en la Cámara de Diputados?", preguntaría la ingenuidad campesite). Por otro, en los cuerpos represivos que le ayudarían a contener los ímpetus sociales que el golpe de San Lázaro provocara. Ya ayer,

jueves 7 de abril de 2005 → **Opinión** → Andrés Manuel López Obrador por sí mismo

Soledad Loaeza

Andrés Manuel López Obrador por sí mismo

La revista *Nexus* publica en el número de abril un documento firmado por Andrés Manuel López Obrador, *Acuerdos para un proyecto de nación*, en el que el jefe de Gobierno del Distrito Federal expone con claridad su idea de la política. Uno de los primeros párrafos del texto contiene lo que en democracia es una afirmación altamente si no es que escandalosa: "En este estado de desigualdad es imposible convivir, por lo que la única forma de superar esta desigualdad es a través de la revolución". Uno de los pilares retóricos más firmes en que se sustenta la política autoritaria de la que trabajamos hemos tratado de liberarnos a lo largo del último cuarto de siglo: un país pobre no puede darse el lujo de tener un gobierno democrático. La razón de todos los cambios políticos de los últimos 25 años ha sido demostrar que la pobreza y la desigualdad social no son coartada para el ejercicio autoritario del poder.

López Obrador no es el per político mexicano que sostiene que la democracia es imposible en un país desigual; lo mismo dijeron una y otra vez todos sus predecesores que llegaron al poder gracias al Partido Nacional Revolucionario (PNR), fundado en 1929, al Partido de la Revolución Mexicana (PRM), que creó por decreto presidencial el gobierno de Lázaro Cárdenas en 1938, y al Partido de la Revolución Institucional (PRI), que surgió tras la caída de Cárdenas en 1940. En su momento, el PRI fue el partido de Cuauhtémoc Cárdenas y Porfirio Muñoz Ledo, hoy hablaríamos de la línea de continuidad que lleva del PNR al PRM, al PRI y al Partido de la Revolución Democrática (PRD), que nació en 1989. En esa fecha los antiguos priistas, metamorfoseados en perredistas, habían festejado el sexagésimo aniversario de la organización que formó Porfirio Elías Calles.

El documento de López Obrador arriba citado sería el texto del discurso que habría pronunciado el pasado 25 de marzo con motivo del 76 aniversario del partido de las grandes mayorías históricas que, según esta tradición que se niega a morir, apoyan en forma unánime al líder de las causas populares. En este contexto tiene mucho sentido la fotografía que publica *La Jornada* el día de ayer, en su página 4, en la que cinco ex-*pristas* —unos más distinguidos que otros— salen a carcajadas de una entrevista con el jefe de Gobierno. Lo curioso es que en la foto no se vea a López Obrador, pero sí a los otros cuatro. ¿La verdad es que los *pristas* que tienen motivos para estarlo. Con gran generosidad la izquierda perredista no presta les ha abierto la puerta para que regresen al poder, y no tuvieron que cambiarse el el peinado para verse ahora iluminados con la aureola de batallas democráticas que ellos no tuvieron que pelear y tal vez hasta combatióron.

El documento *Acuerdos de un proyecto de nación* revela que la genealogía política de López Obrador no se limita a Calles, quien aspiraba a formar un país de instituciones; en cambio el jefe de Gobierno propone un país sin instituciones, en el que el élдер que dirige al pueblo pacta con representantes de los poderes fácticos "... de los sectores económicos, religiosos y políticos". Así hablaba y gobernaba Luis Echeverría, quien también sostenía que contaba con la voluntad popular mientras pactaba con los poderosos. López Obrador también pertenece a la casta de políticos cuyas pretensiones de poder se fundan en su supuesta facultad de interpretar "el sentir del pueblo" con sólo mirarlo, y tampoco parece dispuesto a admitir que los acuerdos que propone son por naturaleza cupulares y muchas veces ocultos. No tienen la transparencia de los sombreros en el Congreso, tampoco son estrictamente transparentes porque los actores no tienen un origen electoral.

Ejemplo de columna y artículo en *el Reforma*

4 de abril de 2005



También es importante destacar que 55 impactos de 935 (65,9 por ciento) responden a la denominada “participación ciudadana”, es decir, cartas al director. Este cómputo sólo recoge las que se han publicado, por lo que se desconoce el volumen total

de cartas que pudieron llegar en esos días a las dos redacciones. Pero lo cierto es que un promedio de seis cartas al día sobre el desafuero permite llegar a la conclusión de que este tema fue también importante en la agenda pública. Además, se debe recordar que esta modalidad supone la participación activa de los lectores, convirtiéndolos en emisores. Esta apertura al público fue mayor en *La Jornada*, donde se recogieron 35 de las 55, mientras *Reforma* sólo publicó 20.

Ejemplo de participación ciudadana o cartas al director en *La Jornada*

4 de abril de 2005

jueves 7 de abril de 2005 → Opinión → El Correo Ilustrado

El Correo Ilustrado

Mexicanos en el extranjero apoyan a López Obrador

Señora directora: Ante la inminente inhabilitación política de Andrés Manuel López Obrador, jefe de Gobierno de la ciudad de México, ciudadanos y organizaciones mexicanas residentes en el extranjero expresamos nuestra más profunda indignación por la infamia que está a punto de cometerse y nuestra más profunda preocupación por las serias consecuencias que esto tendrá para la República y su futuro.

Nos hemos constituido como Frente de Mexicanos en el Exterior contra el Desafuero y observamos con pena e indignación la degradación de la vida política en el país. Vemos que con este proceder se corrompe la verdadera justicia.

Nos indigna el desprecio que las más altas autoridades tienen contra la mayoritaria voluntad ciudadana expresada en todas las encuestas que dan como favorito a la Presidencia de la República a López Obrador. Expresamos nuestra preocupación por los oscuros intereses que se esconden en esta sospechosa alianza entre quienes dirigen el régimen anterior y el actual gobierno.

El proceso de desafuero contra Andrés Manuel López Obrador constituye una injusticia, un atentado contra el estado de derecho y la constitucionalidad republicana. Es un despojo al derecho soberano del pueblo a elegir a sus gobernantes.

Pedimos a los diputados, cuando estén constituidos en el jurado de procedencia, que en un acto de responsabilidad, honor y patriotismo emitan una moción suspensiva y su voto contra el proceso de desafuero.

Advertimos a quienes lo promueven que la consumación del desafuero será considerada alta traición a la patria y a la legitimidad con la que fueron investidos en sus respectivos cargos públicos. Este jueves expresaremos nuestro repudio frente a la embajada de México en Washington a las 12:30 horas, así como en la mayoría de consulados en Estados Unidos. (Carta resumida.)

Responsables de publicación: Al Rojas, Luis Magaña, José Sandoval y Ricardo Juárez, en representación de 11 organizaciones

"¿Quién está detrás del gobierno del cambio?"

Señora directora: Mientras en Chile el ex dictador Augusto Pinochet, responsable del asesinato en Argentina del general chileno Carlos Prats y de su esposa Sofía en 1974, fue absuelto del proceso que enfrentaba por la Corte Suprema de Chile, en México, por las mismas fechas, los diputados del PAN y del PRI (por mandato único y supremo del presidente Vicente Fox, de su esposa y de toda su gene) aprobaron proseguir con el proceso de desafuero no a un ex dictador, asesino ni torturador de cientos de personas como Pinochet, quien continúa en su opulencia gozando de inmunidad.

No, hoy en la ciudad de México se trata de quitar el fuero a un gobernante digno, legítimamente elegido por el voto de los habitantes de la ciudad de México. Pasa lo mismo que en 1973 cuando el presidente Salvador

Ejemplo de participación ciudadana o cartas al director en el *Reforma*

4 de abril de 2005

REFORMA

Cartas a Reforma / Nadie pone un alto

(03-abril-2005) -

De verdad que ya no sabe uno si gritar, force, saltar conteniendo o de plano botarse de la risa cada vez que vemos las noticias o leemos el periódico, pero lo que sí parece es que diario es el Día de los Inocentes.

Es una burla la manera en que nuestros políticos nos gobiernan, la forma en que nos quieren ver la cara es cada vez más desgarada, al que no haya nadie que les ponga un alto es realmente preocupante, pero lo aterrador es la perspectiva que tenemos para el 2006.

¿Acaso nos gobernará el "Peje mántr" y su política complaciente? ¿Acaso será el Dr. Simi con su guerra de desgajados? ¿Alguien del PRI, si es que llegan a ponerse de acuerdo? ¿Se animará Martí? ¿Se animará Martí?

Pero no, "gracias a Dios" se abrió una ventana de esperanza con el precandidato presidencial del Partido Verde Ecologista.

Gracias, Partido Verde, por darnos fe en que vendrá un mejor mañana, y por recordarnos que en México diario es el Día de los Inocentes.

Nuestro especial agradecimiento a Kahuagü por no aventarse al nudo, ya que lo último que nos falta es un Presidente boxeador, en sig brother, y tener de Primera Dama a Ana Bárbara.

Cecilia Chandler
Lomas Reforma, Miguel Hidalgo, DF

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo
Fecha de publicación: 03-abril-2005

Acomoda PRD estatuto para postular a AMLO

Revira López Obrador argumentos de priista

Los cambios Proponen perredistas adelantar candidatura

Perfiles a Gaby como secretario de Gobierno

Otro género contabilizado es la caricatura, que representa el 5 por ciento del total de informaciones sobre el desafuero. De las 47 imágenes (unos 5 dibujos al día), el 66,6 por ciento las publicó *La Jornada*, frente al 33,4 por ciento de *Reforma*. Respecto al género crónica, se contabilizaron 16, de las cuales 11 correspondieron a *Reforma* y 5, *La Jornada*.

Ejemplo de caricatura en *La Jornada*

4 de abril de 2005



Ejemplo de caricatura en el *Reforma*

4 de abril de 2005



También sobresale el desplegado publicitario, que no es otra cosa que la publicidad que personal ajeno al medio paga para que se publique en éste. Puede sorprender su inclusión dentro de las variables “género”, pero se considera que era importante porque si hay muchos significaría que realmente fue un tema importante sobre el cual se buscó tomar postura. En los nueve días se encontraron 39 espacios publicitarios sobre el desafuero, 4,2 por ciento del total de impactos sobre este tema, de los cuales el 66,0 por ciento correspondieron a *La Jornada* y 34,0 por ciento, al *Reforma*.

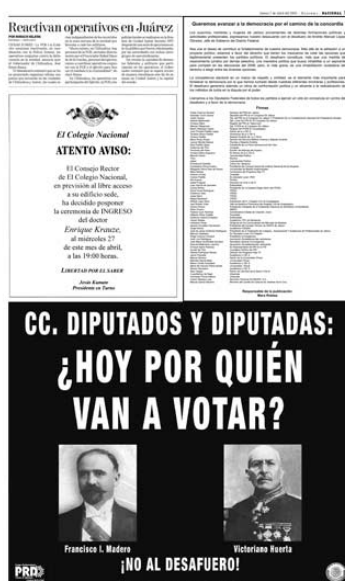
Ejemplo de desplegado publicitario en *La Jornada*

6 de abril de 2005



Ejemplo de despliegado publicitario en *el Reforma*

7 de abril de 2005



Los géneros por excelencia y de mayor uso en los medios impresos, la nota informativa y la fotografía, presentaron un gran número de impactos. En cuanto al primero, se registraron 398 inserciones, el 42,6 por ciento de las publicaciones sobre el desafuero, que lo ubica como el género periodístico que se utilizó con mayor frecuencia. El 52,8 por ciento se publicaron en *La Jornada* y el 47,2 por ciento en *Reforma*. Respecto de la fotografía, se registraron 176 impactos (18,8 por ciento), de los cuales el 54,5 por ciento correspondieron al periódico de tendencia izquierdista (*La Jornada*) y el 45,5 por ciento al diario tendiente a la derecha (*Reforma*). Estos datos muestran una mínima diferencia respecto a la cobertura del desafuero. Se puede hablar de equilibrio en unos géneros que por ser los más frecuentes son, también, los de menor importancia, aunque las fotografías no sólo informan sino que interpretan lo que se ve, con la ayuda de los pies de fotos.

Ejemplo de noticia y fotografía en *La Jornada*

4 de abril de 2005

jueves 7 de abril de 2005 → Política → Reprueba Wall Street la estrategia usada por Fox contra López Obrador

Grupos con intereses especiales buscan descarrilarlo, dice Credit Suisse First Boston

Reprueba Wall Street la estrategia usada por Fox contra López Obrador

Se le procesa a pesar de la amplia oposición de la mayoría de los mexicanos, señala la firma

ROBERTO GONZALEZ AMADOR

Para un gobierno como el del presidente Vicente Fox, tan preocupado por su imagen, el juicio de desafuero que ha promovido contra Andrés Manuel López Obrador, jefe de Gobierno capitalino, representa un contundente fracaso, al menos a juzgar por las opiniones entre la influyente y poderosa, con enormes intereses económicos en México- comunidad de inversionistas de Wall Street.

El juicio de desafuero contra López Obrador "representa un claro intento de grupos con intereses especiales de descarrilar la candidatura presidencial del político más popular, bajo medios por demás cuestionables y aun con la amplia oposición de la mayoría de los mexicanos, no sólo de los que viven en la ciudad de México", reportó este miércoles Credit Suisse First Boston, una de las firmas más importantes de la comunidad financiera mundial.

Molestia ante la posible inestabilidad

La víspera de que se reúna el pleno de la Cámara de Diputados para determinar si procede la petición de la Procuraduría General de la República (PGR) de retirar el fuero -y con ello del cargo- a López Obrador, los reportes de las firmas financieras, que manejan miles de millones de dólares de inversiones en papeles públicos y privados de México, tienen puntos en común. Uno es la crítica abierta al círculo gobernante por el riesgo tan alto que han tomado con tal de sacar de la contienda presidencial a López Obrador; también molestia, porque ese proceder puede provocar pérdidas cuantiosas a los inversionistas en México, quienes han confiado en la estabilidad económica y financiera ofrecida por el gobierno federal. Además, como dice el reporte citado, porque debilita a las instituciones políticas del país.

Y lo más probable es que el riesgo que decidió tomar el gobierno foxista quizá sea tan alto como inútil. Dice Credit Suisse First Boston: "Retirar la inmunidad constitucional, sin embargo, no garantiza que López Obrador quede fuera de la contienda presidencial. AMLO -como se refieren las corredurías extranjeras al jefe de Gobierno capitalino- puede tener frente a sí un largo y complejo proceso judicial; si es encontrado inocente antes de que venza el plazo de registro (15 de enero de 2006) para la elección presidencial del próximo año, se podrá apuntar para la contienda.

"Si el juicio (por supuestamente haber desacatado un mandato judicial, que es el cargo que enfrenta) se extiende más allá de la fecha legal para inscribir su candidatura, entonces la elegibilidad de López Obrador

Ejemplo de noticia y fotografía en *el Reforma*

4 de abril de 2005

Acusa AMLO complicidad de Salinas y el Presidente

¿Va le dieron callo?

Nadie quiere a tu Volkswagen tanto como nuestros mecánicos.

Otro género al que se le ha prestado atención es la entrada, la cual es una herramienta del periodismo escrito que resalta porque se publica en la portada. En los días analizados se contabilizaron 46 impactos, 38 en *La Jornada* y 8 en *Reforma*. El

hecho de que el número sea muy superior en *La Jornada* se debe a que es un género más propicio para un periódico de tamaño tabloide.

Cabe señalar que los géneros periodísticos que menos uso registraron para informar sobre el desafuero son: la crónica, con 16 (1,7 por ciento), 11 correspondieron a *Reforma* y 5 a *La Jornada*; la infografía, que sólo se da en *Reforma*, registró 7 impactos (0,7 por ciento). La entrevista, que a pesar de representar trascendencia e importancia por la amplitud y profundidad con que abordan el tema, se presentó en 3 ocasiones en *La Jornada* y ninguna en *Reforma*. Y, en el caso del reportaje, una vez, que publicó el diario de izquierdas. Como se puede comprobar, *Reforma* no utilizó estos géneros, lo que puede interpretarse como el hecho de buscar restar importancia mediática al tema.

Ejemplo de infografía en *el Reforma*

2 de abril de 2005



10.6.2.3. Página y medio

En cuanto a la prominencia de la información, como se comentó al inicio de este apartado (véase 10.6.1), la página en la que se inserta la información es muy importante, porque la ubicación es sinónimo de relevancia. La portada es el lugar más importante y a medida que nos alejamos de ésta la relevancia de la información disminuye, aunque es cierto que también es relevante si la página es par o impar, siendo esta última la que

más valor tiene. El formato del periódico es otro factor por considerar, ya que los diarios pueden tener o no contraportada o un mayor o menor número de páginas. Otra cuestión es que no hay que confundir primera página con portada. Por último, cabe señalar que por la gran cantidad de páginas que tienen estos dos medios, sobre todo *La Jornada*, con 51, se realizaron intervalos de 10 páginas para facilitar el análisis.

Cuadro No. 25
Página Intervalo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Portada	92	9,8	9,8	9,8
1 – 10	503	53,8	53,8	63,6
11 – 20	189	20,2	20,2	83,9
21 – 30	55	5,9	5,9	89,7
31 – 40	54	5,8	5,8	95,5
41 – 51	32	3,4	3,4	98,9
Contraportada	10	1,1	1,1	100,0
Total	935	100,0	100,0	

Elaboración propia.

A partir de la prominencia que genera la página, especialmente la portada, las primeras páginas (mejor impares) y la contraportada, al margen del género periodístico del que se trate, en la etapa de madurez de la crisis se ha producido un refuerzo de la importancia del tema en la agenda mediática, al publicarse en 92 ocasiones en la principal página, la portada, de las cuales 57 fueron en *La Jornada* (62,0 por ciento) y 35 (38 por ciento) en *Reforma*. En cuanto a la contraportada, se contabilizan 10 (1,1 por ciento) sobre el tema del desafuero todas corresponden a *La Jornada* porque el *Reforma* carece de ésta.

La mayoría de información sobre el desafuero se van a concentrar en las primeras páginas, que son, como se explicó y después de la portada y la contraportada, donde se sitúan las informaciones más relevantes: 503 impactos de la página 1 a la 10; de la página 11 a la 20 hay 189, por lo que en el acumulado de los dos intervalos tenemos el 83 por ciento de las informaciones. Se comprueba lo que se afirmó, es decir, que a medida que nos vamos alejando de las primeras páginas se va reduciendo el número de impactos, de hecho de la 21 a la 30 se contabilizaron 55, una cantidad bastante inferior a los dos intervalos anteriores y así sucesivamente.

Cuadro No. 26
Tabla de contingencia Página Intervalo * Medio

			Medio		Total
			<i>Jornada</i>	<i>Reforma</i>	
Página Intervalo	Portada	Recuento	57	35	92
		% dentro de Página Intervalo	62,0%	38,0%	100,0%
		% dentro de Medio	10,7%	8,7%	9,8%
	1 – 10	Recuento	204	299	503
		% dentro de Página Intervalo	40,6%	59,4%	100,0%
		% dentro de Medio	38,3%	74,4%	53,8%
	11 – 20	Recuento	123	66	189
		% dentro de Página Intervalo	65,1%	34,9%	100,0%
		% dentro de Medio	23,1%	16,4%	20,2%
	21 – 30	Recuento	53	2	55
		% dentro de Página Intervalo	96,4%	3,6%	100,0%
		% dentro de Medio	9,9%	0,5%	5,9%
	31 – 40	Recuento	54	0	54
		% dentro de Página Intervalo	100,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de Medio	10,1%	0,0%	5,8%
	41 – 51	Recuento	32	0	32
		% dentro de Página Intervalo	100,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de Medio	6,0%	0,0%	3,4%
	Contraportada	Recuento	10	0	10
		% dentro de Página Intervalo	100,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de Medio	1,9%	0,0%	1,1%
Total	Recuento		533	402	935
	% dentro de Página Intervalo		57,0%	43,0%	100,0%
	% dentro de Medio		100,0%	100,0%	100,0%

Elaboración propia.

En el primer intervalo, las primeras 10 páginas, resalta que el *Reforma* registró una mayor presencia del tema que *La Jornada*, el primero contabilizó 299 impactos (el 59,4 por ciento) frente a 204 del diario de izquierda (40,6 por ciento), por lo que el diario de Alejandro Junco se puede interpretar que le da una mayor relevancia al desafuero que el periódico dirigido por Carmen Lira. No ocurre lo mismo en los siguientes intervalos, donde la cobertura realizada por *La Jornada* es superior, como se presenta de forma constante. Quizás la explicación a este cambio de tendencia en las primeras 10 páginas se deba a que estos dos periódicos no son iguales en cuanto a su paginación. En el caso de *Reforma*, que destaca en las primeras páginas cuenta con

secciones separadas, por lo que en cada una de éstas inicia una paginación. Mientras *La Jornada* presenta un formato tabloide, por lo que su numeración es continuada. Estas diferencias dificultan realizar una comparación e interpretación de los datos.

Cuadro No. 27

Página 1 - 10

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	32	3,4	3,4	13,3
2	57	6,1	6,1	19,4
3	44	4,7	4,7	24,1
4	87	9,3	9,3	33,4
5	49	5,2	5,3	38,6
6	91	9,7	9,7	48,3
7	52	5,6	5,5	53,9
8	46	4,9	4,9	58,8
9	16	1,7	1,7	60,5
10	30	3,2	3,1	63,7

Elaboración propia.

Otra cuestión que se debe considerar respecto de las variables página/medio es que, a pesar de lo ya comentado sobre que las páginas impares son más importantes que las pares al tener un mayor impacto visual para las audiencias, en la etapa de madurez de la crisis las informaciones sobre el desafuero fueron más abundantes en las páginas pares (311) que en las impares (192), por lo que parece que no se tuvo en cuenta esa valoración. Aunque, los 92 impactos de portada son la prueba de que el tema sobre el desafuero de Andrés Manuel López Obrador fue importante, al publicarse en la página de mayor relevancia.

Cuadro No. 28

Tabla de contingencia Página * Medio

			Medio		Total
			<i>Jornada</i>	<i>Reforma</i>	
Página	1	Recuento	0	32	32
		% dentro de Página	0,0%	100,0%	100,0%
		% dentro de Medio	0,0%	8,0%	3,4%
	2	Recuento	32	25	57
		% dentro de Página	56,1%	43,9%	100,0%
		% dentro de Medio	6,0%	6,2%	6,1%
	3	Recuento	18	26	44
		% dentro de Página	40,9%	59,1%	100,0%
		% dentro de Medio	3,4%	6,5%	4,7%
	4	Recuento	25	62	87
		% dentro de Página	28,7%	71,3%	100,0%

	% dentro de Medio	4,7%	15,4%	9,3%
	Recuento	25	24	49
5	% dentro de Página	51,0%	49,0%	100,0%
	% dentro de Medio	4,7%	6,0%	5,2%
	Recuento	26	65	91
6	% dentro de Página	28,6%	71,4%	100,0%
	% dentro de Medio	4,9%	16,2%	9,7%
	Recuento	20	32	52
7	% dentro de Página	38,5%	61,5%	100,0%
	% dentro de Medio	3,8%	8,0%	5,6%
	Recuento	25	21	46
8	% dentro de Página	54,3%	45,7%	100,0%
	% dentro de Medio	4,7%	5,2%	4,9%
	Recuento	12	4	16
9	% dentro de Página	75,0%	25,0%	100,0%
	% dentro de Medio	2,3%	1,0%	1,7%
	Recuento	21	9	30
10	% dentro de Página	70,0%	30,0%	100,0%
	% dentro de Medio	3,9%	2,2%	3,2%

Elaboración propia.

Ejemplos de portada y contraportada en *La Jornada*

5 de abril de 2005

La Jornada

DIRECTORA GENERAL: ROSA ELIZABETH GARCÍA / DIRECTOR GENERAL: JOSÉ LUIS GARCÍA / DIRECTOR GENERAL: JOSÉ LUIS GARCÍA / DIRECTOR GENERAL: JOSÉ LUIS GARCÍA

13 PESOS

5 de abril de 2005

Presenta formato para aligerar costos políticos a PRI-PAN

Sale la justicia federal en defensa del empresario Carlos Ahumada

Sin base, acuerdo de fraude en Guerrero y Morelos, señalan

Censura el enfoque de una información de *La Jornada*

Amenaza con cambiar la sede del jurado si hay "disturbios"

En el dictamen, la SI desechó toda prueba y alegato del gobierno

La voluntad popular es lo que está en juego: el titular del GDF

Proclama Chile que Insulza ya tiene el triunfo en la OEA

FIDEL CASTRO, EN EL HOMENAJE A JUAN PABLO II

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

columnas

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

El desafío y la política

Ejemplos de portada y página 1 de “Negocios” en el *Reforma*
6 de abril de 2005



10.6.2.4. Sección y medio

Esta variable permite conocer dónde se publica el tema de la crisis analizada. En un principio, y al tratarse de un tema jurídico entre un particular y el Gobierno del Distrito Federal, debería haberse publicado en la sección que cada periódico tenga para estas cuestiones: “Capital”, en el caso de *La Jornada*, y “Ciudad”, en el caso de *Reforma*. Pero el análisis realizado revela que se publicó, sobre todo, en la sección “Nacional”. Esto aporta un dato muy revelador sobre la relevancia que se dio al tema, puesto que al publicarse en dicha sección, además de otros apartados, se estaba dando a la noticia un impacto mayor del que en principio debería haber tenido al ser más un tema local, de la Ciudad de México.

Para analizar esta variable se consideraron seis posibilidades que se presentan en los dos medios analizados como información general: 1) nacional o política, que corresponde a la primera parte de los diarios analizados, donde se incluye la portada; 2) Estados, sección que presenta la información sobre las entidades federativas de México, un total de 32; 3) Ciudad o capital, en la que se publica la información sobre la Ciudad de México o el Distrito Federal; 4) Internacional, que publica los impactos sobre los sucesos o temas que se registran fuera de México; 5) Economía o negocios, sección especializada en esos temas; y 6) Suplemento, sección especial en la que se aborda un tema específico para un análisis más profundo.

Cuadro No. 29

Sección		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nacional/Política	690	73,8	73,8	73,8
	Estados	10	1,1	1,1	74,9
	Ciudad/Capital	183	19,6	19,6	94,4
	Internacional	8	,9	,9	95,3
	Economía/Negocios	40	4,3	4,3	99,6
	Suplemento	4	,4	,4	100,0
	Total	935	100,0	100,0	

Elaboración propia.

La primera cuestión que se aprecia en el cuadro No. 29 es que el tema del desafuero fue presentado como un tema de carácter nacional (690 impactos de 935), lo que resalta la importancia del tema para los medios, la clase política y los ciudadanos, tanto cuantitativa como cualitativamente. Pero al respecto existe una clara diferencia entre los dos medios analizados. Mientras *La Jornada* quiere otorgar al tema una proyección nacional al incluir 440 informaciones en la sección “Nacional” (de un total de 690) frente a 63 en la de Ciudad/capital (de un total de 183), *Reforma*, por el contrario, se inclina más por dar a la crisis un carácter claramente local, con 120 de los 183 impactos en la sección respectiva frente a los 250 en la denominada “Nacional” (de un total de 690).

Estos datos son la prueba evidente de que *La Jornada* tenía un interés especial por implicar en el tema a todos los mexicanos, mientras *Reforma* no quería transcendencia más allá de la Ciudad de México, aunque esto se contradice con el volumen de informaciones en “Internacional”, porque los ocho impactos encontrados se publicaron todos en *Reforma*. Porcentualmente, al comparar los dos rotativos, como se aprecia en la gráfica, en la sección Nacional/política *La Jornada* contabiliza 63,8 por ciento de impactos sobre el desafuero, frente a 36,2 por ciento del *Reforma*; mientras que en la sección Ciudad/capital sucede totalmente lo contrario, el diario de izquierdas contabiliza el 34,4 por ciento y el de derechas 65,6 por ciento.

Respecto al resto de secciones no mencionadas, *La Jornada* tiene más impactos en “Economía” y en la de “Suplemento”, frente a la supremacía de *Reforma* en “Estados”, con el 90 por ciento de los impactos publicados. Un punto que destaca es la sección “Internacional”, en la cual solamente el *Reforma* publica información sobre el desafuero, con lo que le da un encuadre de ser un tema que va más allá de lo local o

nacional como lo presenta (véase cuadro No. 30).

Cuadro No. 30

Tabla de contingencia Sección * Medio

			Medio		Total
			Jornada	Reforma	
Sección	Nacional/Política	Recuento	440	250	690
		% dentro de Sección	63,8%	36,2%	100,0%
		% dentro de Medio	82,6%	62,2%	73,8%
	Estados	Recuento	1	9	10
		% dentro de Sección	10,0%	90,0%	100,0%
		% dentro de Medio	0,2%	2,2%	1,1%
	Ciudad/Capital	Recuento	63	120	183
		% dentro de Sección	34,4%	65,6%	100,0%
		% dentro de Medio	11,8%	29,9%	19,6%
	Internacional	Recuento	0	8	8
		% dentro de Sección	0,0%	100,0%	100,0%
		% dentro de Medio	0,0%	2,0%	0,9%
	Economía/Negocios	Recuento	25	15	40
		% dentro de Sección	62,5%	37,5%	100,0%
		% dentro de Medio	4,7%	3,7%	4,3%
	Suplemento	Recuento	4	0	4
		% dentro de Sección	100,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de Medio	0,8%	0,0%	0,4%
	Total	Recuento	533	402	935
		% dentro de Sección	57,0%	43,0%	100,0%
		% dentro de Medio	100,0%	100,0%	100,0%

Elaboración propia.

Ejemplos de las secciones “Política” y “Economía” en *La Jornada*

4 y 10 de abril de 2005



Ejemplos de las secciones “Nacional” y “Ciudad” en el *Reforma*

10 de abril de 2005



10.6.2.5. *Generador o fuentes de la información y medio*

Durante los nueve días del clímax de la crisis del desafuero, sin lugar a dudas los actores o generadores de información que se vieron involucrados con sus declaraciones sobre el tema fueron fundamentales. La importancia de la variable generador de la información radica en la capacidad o posibilidad que tiene el medio masivo de comunicación de aceptar –incluir– o rechazar –excluir– las declaraciones u opiniones de los actores que quieren participar en el tema. Los que son aceptados o incluidos por el medio y se publica su declaración u opinión se convierten en una fuente informativa. Pero no todos tienen la posibilidad de presentar y difundir su postura. Se puede conocer y contabilizar a quienes tienen acceso a los media, los excluidos tienen la característica de que no existen.

La participación de diversos actores (políticos, económicos, religiosos, jurídicos, culturales, intelectuales, públicos, periodísticos, de la ciudadanía, etc.) en la generación de la información crea encuadres y da importancia al tema del desafuero, lo que supone una mayor participación y discusión en las agendas mediática, política y pública.

Durante los nueve días analizados, se contabilizaron 52 generadores de información sobre el desafuero. El mayor número de impactos fue generado por los ciudadanos (130 de 935) a través de su presencia en las fotografías, en las notas

generales y en las cartas al director. La inserción de información generada por los ciudadanos le da un carácter diferente, de ser un tema en el que existió una amplia participación ciudadana, con lo cual se puede confirmar que el desafuero de López Obrador era un tema en la agenda pública. En segundo lugar destaca el propio Andrés Manuel López Obrador, con 124 impactos con declaraciones directas o la realización de acciones que son publicadas. El actor principal del tema del desafuero tuvo un acceso muy amplio; los dos medios le dieron una gran apertura para que presentara su postura. Y así hasta los 50 generadores restantes, que pueden verse en la tabla que aparece a continuación:

Cuadro No. 31

Generador

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
AMLO	124	13,3	13,3	13,3
VFQ	11	1,2	1,2	14,4
SEGOB	13	1,4	1,4	15,8
Gobierno Federal	2	,2	,2	16,0
PAN	4	,4	,4	16,5
PAN Senador	5	,5	,5	17,0
PAN Diputado	10	1,1	1,1	18,1
Federal	2	,2	,2	18,3
PAN DF	2	,2	,2	18,5
PAN Diputado DF	2	,2	,2	19,3
PAN Dirigencia Nacional	7	,7	,7	19,5
PAN Dirigencia DF	2	,2	,2	24,3
PRD	45	4,8	4,8	25,1
PRD Senador	8	,9	,9	27,5
PRD Diputado	22	2,4	2,4	29,6
Federal	20	2,1	2,1	30,3
PRD DF	6	,6	,6	31,2
PRD Diputado DF	9	1,0	1,0	31,8
PRD Dirigencia Nacional	5	,5	,5	32,9
PRD Dirigencia DF	11	1,2	1,2	33,7
PRI	7	,7	,7	35,6
PRI Senador	18	1,9	1,9	35,8
PRI Diputado	2	,2	,2	36,0
Federal	2	,2	,2	36,1
PRI DF	1	,1	,1	36,4
PRI Diputado DF	3	,3	,3	36,7
PRI Dirigencia Nacional	2	,2	,2	36,9
PVEM	2	,2	,2	37,4
PT	3	,3	,3	
Convergencia	2	,2	,2	
Iglesia	5	,5	,5	

IP	13	1,4	1,4	38,8
SNTE	1	,1	,1	38,9
Encuestas	2	,2	,2	39,1
Medio	16	1,7	1,7	40,9
Columnista	79	8,4	8,4	49,3
Articulista	23	2,5	2,5	51,8
Caricaturista	52	5,6	5,6	57,3
Evento	44	4,7	4,7	62,0
PGR	27	2,9	2,9	64,9
Especialista Jurídico	13	1,4	1,4	66,3
Otro Medio	8	,9	,9	67,2
ONG	4	,4	,4	67,6
Ciudadanos	130	13,9	13,9	81,5
Intelectual Artista	22	2,4	2,4	83,9
Actor Extranjero	24	2,6	2,6	86,4
CNDH	3	,3	,3	86,7
Organizaciones sociales	21	2,2	2,2	89,0
Otros	52	5,6	5,6	94,5
Gobierno DF	15	1,6	1,6	96,1
PGJDF	5	,5	,5	96,7
UNAM	5	,5	,5	97,2
SCJN	1	,1	,1	97,3
ALDF	20	2,1	2,1	99,5
Cámara de Diputados	5	,5	,5	100,0
Total	935	100,0	100,0	

Elaboración propia.

Otra cuestión a tener en cuenta en este estudio es el papel que juegan los medios de comunicación como guardabarreras o *gatekeeper*. En relación con la variable denominada “generador o fuente informativa”, los medios van a ser los que decidan quiénes estarán presentes en sus páginas y quiénes no. La relevancia de los generadores está, pues, en el acceso que tienen al medio de comunicación. Por tanto, la inclusión o exclusión de los generadores, así como de sus posturas, permite establecer opiniones y hasta crear marcos de referencia en los consumidores de los medios.

En la tabla siguiente aparecen los datos que cruzan la variable generador/medio:

Cuadro No. 32
Tabla de contingencia Generador * Medio

			Medio		Total
			Jornada	Reforma	
Generador	AMLO	Recuento	61	63	124
		% dentro de Generador	49,2%	50,8%	100,0%
		% dentro de Medio	11,4%	15,7%	13,3%
	VFQ	Recuento	5	6	11
		% dentro de Generador	45,5%	54,5%	100,0%

	% dentro de Medio	0,9%	1,5%	1,2%
	Recuento	8	5	13
SEGOB	% dentro de Generador	61,5%	38,5%	100,0%
	% dentro de Medio	1,5%	1,2%	1,4%
	Recuento	1	1	2
Gobierno Federal	% dentro de Generador	50,0%	50,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,2%	0,2%	0,2%
	Recuento	1	3	4
PAN	% dentro de Generador	25,0%	75,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,2%	0,7%	0,4%
	Recuento	3	2	5
PAN Senador	% dentro de Generador	60,0%	40,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,6%	0,5%	0,5%
	Recuento	6	4	10
PAN Diputado Federal	% dentro de Generador	60,0%	40,0%	100,0%
	% dentro de Medio	1,1%	1,0%	1,1%
	Recuento	0	2	2
PAN DF	% dentro de Generador	0,0%	100,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,0%	0,5%	0,2%
	Recuento	0	2	2
PAN Diputado DF	% dentro de Generador	0,0%	100,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,0%	0,5%	0,2%
	Recuento	5	2	7
PAN Dirigencia Nacional	% dentro de Generador	71,4%	28,6%	100,0%
	% dentro de Medio	0,9%	0,5%	0,7%
	Recuento	0	2	2
PAN Dirigencia DF	% dentro de Generador	0,0%	100,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,0%	0,5%	0,2%
	Recuento	23	22	45
PRD	% dentro de Generador	51,1%	48,9%	100,0%
	% dentro de Medio	4,3%	5,5%	4,8%
	Recuento	8	0	8
PRD Senador	% dentro de Generador	100,0%	0,0%	100,0%
	% dentro de Medio	1,5%	0,0%	0,9%
	Recuento	14	8	22
PRD Diputado Federal	% dentro de Generador	63,6%	36,4%	100,0%
	% dentro de Medio	2,6%	2,0%	2,4%
	Recuento	9	11	20
PRD DF	% dentro de Generador	45,0%	55,0%	100,0%
	% dentro de Medio	1,7%	2,7%	2,1%
	Recuento	3	3	6
PRD Diputado DF	% dentro de Generador	50,0%	50,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,6%	0,7%	0,6%
	Recuento	6	3	9
PRD Dirigencia Nacional	% dentro de Generador	66,7%	33,3%	100,0%
	% dentro de Medio	1,1%	0,7%	1,0%
	Recuento	2	3	5
PRD Dirigencia DF	% dentro de Generador	40,0%	60,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,4%	0,7%	0,5%
	Recuento	7	4	11
PRI	% dentro de Generador	63,6%	36,4%	100,0%

	% dentro de Medio	1,3%	1,0%	1,2%
	Recuento	6	1	7
PRI Senador	% dentro de Generador	85,7%	14,3%	100,0%
	% dentro de Medio	1,1%	0,2%	0,7%
	Recuento	11	7	18
PRI Diputado Federal	% dentro de Generador	61,1%	38,9%	100,0%
	% dentro de Medio	2,1%	1,7%	1,9%
	Recuento	0	2	2
PRI DF	% dentro de Generador	0,0%	100,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,0%	0,5%	0,2%
	Recuento	0	2	2
PRI Diputado DF	% dentro de Generador	0,0%	100,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,0%	0,5%	0,2%
	Recuento	0	1	1
PRI Dirigencia Nacional	% dentro de Generador	0,0%	100,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,0%	0,2%	0,1%
	Recuento	1	1	2
PVEM	% dentro de Generador	50,0%	50,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,2%	0,2%	0,2%
	Recuento	2	1	3
PT	% dentro de Generador	66,7%	33,3%	100,0%
	% dentro de Medio	0,4%	0,2%	0,3%
	Recuento	0	2	2
Convergencia	% dentro de Generador	0,0%	100,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,0%	0,5%	0,2%
	Recuento	5	0	5
Iglesia	% dentro de Generador	100,0%	0,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,9%	0,0%	0,5%
	Recuento	8	5	13
Iniciativa Privada	% dentro de Generador	61,5%	38,5%	100,0%
	% dentro de Medio	1,5%	1,2%	1,4%
	Recuento	1	0	1
SNTE	% dentro de Generador	100,0%	0,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,2%	0,0%	0,1%
	Recuento	1	1	2
Encuestas	% dentro de Generador	50,0%	50,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,2%	0,2%	0,2%
	Recuento	11	5	16
Medio	% dentro de Generador	68,8%	31,2%	100,0%
	% dentro de Medio	2,1%	1,2%	1,7%
	Recuento	37	42	79
Columnista	% dentro de Generador	46,8%	53,2%	100,0%
	% dentro de Medio	6,9%	10,4%	8,4%
	Recuento	11	12	23
Articulista	% dentro de Generador	47,8%	52,2%	100,0%
	% dentro de Medio	2,1%	3,0%	2,5%
	Recuento	37	15	52
Caricaturista	% dentro de Generador	71,2%	28,8%	100,0%
	% dentro de Medio	6,9%	3,7%	5,6%
	Recuento	27	17	44
Evento	% dentro de Generador	61,4%	38,6%	100,0%

	% dentro de Medio	5,1%	4,2%	4,7%
	Recuento	16	11	27
PGR	% dentro de Generador	59,3%	40,7%	100,0%
	% dentro de Medio	3,0%	2,7%	2,9%
	Recuento	12	1	13
Especia Jurídico	% dentro de Generador	92,3%	7,7%	100,0%
	% dentro de Medio	2,3%	0,2%	1,4%
	Recuento	7	1	8
Otro Medio	% dentro de Generador	87,5%	12,5%	100,0%
	% dentro de Medio	1,3%	0,2%	0,9%
	Recuento	4	0	4
ONG	% dentro de Generador	100,0%	0,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,8%	0,0%	0,4%
	Recuento	65	65	130
Ciudadanos	% dentro de Generador	50,0%	50,0%	100,0%
	% dentro de Medio	12,2%	16,2%	13,9%
	Recuento	19	3	22
Intelectual Artista	% dentro de Generador	86,4%	13,6%	100,0%
	% dentro de Medio	3,6%	0,7%	2,4%
	Recuento	15	9	24
Actor Extranjero	% dentro de Generador	62,5%	37,5%	100,0%
	% dentro de Medio	2,8%	2,2%	2,6%
	Recuento	2	1	3
CNDH	% dentro de Generador	66,7%	33,3%	100,0%
	% dentro de Medio	0,4%	0,2%	0,3%
	Recuento	16	5	21
Organizaciones sociales	% dentro de Generador	76,2%	23,8%	100,0%
	% dentro de Medio	3,0%	1,2%	2,2%
	Recuento	31	21	52
Otros	% dentro de Generador	59,6%	40,4%	100,0%
	% dentro de Medio	5,8%	5,2%	5,6%
	Recuento	8	7	15
Gobierno DF	% dentro de Generador	53,3%	46,7%	100,0%
	% dentro de Medio	1,5%	1,7%	1,6%
	Recuento	4	1	5
PGJDF	% dentro de Generador	80,0%	20,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,8%	0,2%	0,5%
	Recuento	4	1	5
UNAM	% dentro de Generador	80,0%	20,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,8%	0,2%	0,5%
	Recuento	1	0	1
SCJN	% dentro de Generador	100,0%	0,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,2%	0,0%	0,1%
	Recuento	9	11	20
Asamblea Legislativa DF	% dentro de Generador	45,0%	55,0%	100,0%
	% dentro de Medio	1,7%	2,7%	2,1%
	Recuento	0	5	5
Cámara de Diputados	% dentro de Generador	0,0%	100,0%	100,0%
	% dentro de Medio	0,0%	1,2%	0,5%
	Recuento	533	402	935
Total	% dentro de Generador	57,0%	43,0%	100,0%

Elaboración propia.

Ejemplo de un artículo y una nota informativa generados por Andrés Manuel López
Obrador en *La Jornada*
2 de abril de 2005

361

Ejemplo de nota informativa generada por Andrés Manuel López Obrador en el

Reforma

4 de abril de 2005



El principal *kingmaker* o generador de información en México es el Presidente de la República, quien a pesar de que el Jefe de Gobierno capitalino lo acusaba de ser el operador del desafuero en su contra, pocas veces participó en el tema, sólo en 11 ocasiones, de las cuales 5 (45,5 por ciento) fueron en *La Jornada* y 6 (54,5 por ciento) en el *Reforma*. Pero, al margen de lo comentado, lo cierto es que cada periódico dio mayor presencia a los generadores de su tendencia política. Cabe resaltar la presencia de algunas fuentes informativas que por sí mismas generan valoración a la información que es publicada, como se aprecia en el cuadro No. 32.

Ejemplo de una nota informativa generada por Vicente Fox Quesada en *La Jornada*

2 de abril de 2005

sábado 2 de abril de 2005 → Política → Hay buenas noticias, reiteraba Fox en Sinaloa

Recibió sonriente el aviso del sí al juicio de procedencia contra López Obrador

Hay buenas noticias, reiteraba Fox en Sinaloa

CLAUDIA HERRERA BELTRAN ENVIADA

Mazatlán, Sinaloa, 1° de abril. Cuando un elemento del Estado Mayor Presidencial le entregó la tarjeta, el presidente Vicente Fox dibujó una leve sonrisa. En las 4 de la tarde con 35 minutos, a esa hora ya se había aprobado el juicio de procedencia para el desafuero del jefe de Gobierno capitalino, Andrés Manuel López Obrador.

Desde ese momento, el ambiente de alegría que privó en la gira, en la que Fox prodigó en todo momento bromas, sonrisas y conversó extensamente con quien lo abordaba, pareció intensificarse. Ante las preguntas de los reporteros sobre el tema, salió al paso diciendo que a él no le correspondía opinar. "Va habrá un boletín al ratón".

Eladió hablar del asunto, pero en el discurso que pronunció 10 minutos después de que fue enterado del sí al juicio de procedencia se declaró entusiasmado.

"Veo un país con instituciones fuertes, capaces de resolver el problema que se les presente, así sea el más grande y que parezca irresoluble."

Ni las reiteradas manifestaciones en favor de López Obrador que se dieron en diversos puntos del estado de Sinaloa lograron menguar el evidente buen ánimo que tenía el Presidente. "Hoy hay muy buenas noticias", repetía en sus mensajes.

Desde la mañana, el día parecía tener buenos augurios para Fox. De manera inusitada acudió a saludar a los reporteros a la parte trasera del avión presidencial, y soltó la primera broma: "Yo pensé que a mí me subían primero".

Aun cuando en Bahía de Banderas, Nayarit, empresarios hoteleros se quejaron de la falta de carreteras y de las trabas jurídicas para el funcionamiento de una marina, el mandatario continuó de buen ánimo. Aseguró que se han rebusado, "con mucho", las metas que su gobierno, y este año "pinta igual de bien".

Desde este acto, el primero de la gira que abarcó los estados de Nayarit y Sinaloa, el tema del desafuero estuvo presente. Antes de retirarse del lugar, una mujer que esperaba detrás de las vallas cuestionó al Presidente si el asunto del desafuero era motivo de tensión económica para el país.

Un niño que llamó a Fox lo ayudó a salir al paso.

El Presidente se acercó al pequeño, quien le extendió los brazos, y exclamó: "Qué pasó m'ijo, cómo estás", y sin dejar de mirar a la mujer respondió que su "verdadero motivo de preocupación" eran precisamente los chiquillos. "Para ellos queremos un México mejor, lleno de escuelas, sin pobreza, con justicia, un México donde puedan crecer con orgullo y con dignidad".

En el siguiente punto, en la inauguración del tramo carretero Punta Mita-Sayulita, en Nayarit, una treintena

Ejemplo de nota informativa generadas por Vicente Fox Quesada en el *Reforma*

4 de abril de 2005

Los actores extranjeros, que al intervenir le dan un carácter de internacional al tema del desafuero, se contabilizaron en 24 ocasiones. De éstas, el 62,5 por ciento (15 impactos) fueron en periódico de la cooperativa y el resto, 37,5 por ciento (9 inserciones) en el diario de la familia Junco. Los intelectuales o artistas, quienes tienen una alta credibilidad, también participaron en el desafuero del Jefe de Gobierno de la

Ciudad de México, en 22 ocasiones; de éstas, el 86,4 por ciento (19 veces) fueron en *La Jornada* y el 13,6 por ciento (3 publicaciones) en el *Reforma*.

Ejemplos de notas informativas generadas por la Iglesia y por intelectuales en *La*

Jornada

6 de abril de 2005

miércoles 6 de abril de 2005 → Política → Advierten católicos sobre riesgo de ruptura social

Mártires y santos, sólo en la Iglesia, dice Creel

Advierten católicos sobre riesgo de ruptura social

Organismos y representantes de la Iglesia católica advirtieron ayer sobre el riesgo de fragmentación social y pérdida de legitimidad del sistema político mexicano por el proceso de desafío contra Andrés Manuel López Obrador, jefe de Gobierno del Distrito Federal, y señalaron que podría tener repercusiones en el proceso electoral de 2006 y en la frágil economía nacional.

En tanto, el titular de la Secretaría de Gobernación, Santiago Creel Miranda, restó importancia al proceso y declaró que el país "se encuentra en plena estabilidad política" y la gobernabilidad está "garantizada hasta el último día del gobierno de Vicente Fox".

En un documento firmado por el Observatorio Eclesial Centro Antonio de Montesinos, Familia Franciscana Internacional, Asociación Teológica Ecuaménica de México, Centro de Reflexión Teológica, Secretariado Social Mexicano y Católica por el Derecho a Decidir, advierten que su pronunciamiento no significa un posicionamiento en favor o en contra de alguna persona o candidato, sino que busca favorecer un proceso transparente, equitativo y democrático en las elecciones de 2006.

Sostienen que México "no merece el estancamiento al que los políticos lo están llevando. La sociedad no merece campañas que intenten eliminar a los adversarios ni guerras sucias que involucren a las instituciones del Estado. El país merece una contienda electoral que respete nuestra inteligencia como ciudadanos, que confronte ideas y proyectos de nación". El proceso de desafío, agregan, evidencia que está "en riesgo la lenta e inconclusa transición a la democracia, así como la definición de reglas claras y de políticas justas y éticas".

El obispo auxiliar de la Arquidiócesis de México, Antonio Ortega Franco, consideró que el desafío de López Obrador ocasionará una situación grave que podría repercutir no sólo en la contienda presidencial de 2006 sino en la frágil economía del país. Dijo que los diferentes actores políticos deben actuar con "mucha prudencia" si no quieren generar un grave problema social, pues es obvio que López Obrador tiene "muchos seguidores" que están dispuestos a defenderlo, y "cuando se mueve el pueblo hay que escucharlo y actuar con prudencia".

Creel señaló que no hay de qué preocuparse. Dijo que el país está en calma y lo estará hasta el año venidero, aunque reconoció que en estos momentos inéditos, "lo que nosotros pedimos es que cada quien actúe con responsabilidad. Lo demás es lo de menos". Acerca de la versión de que el proceso está haciendo de López Obrador un mártir, Creel respondió: "a los mártires y santos sólo los veo en las iglesias".

Por otra parte, en respuesta a las acusaciones de López Obrador de que detrás de la decisión de PRI y PAN de desafío está Carlos Salinas de Gortari, el Partido Revolucionario Institucional subrayó que "la ley no tiene padriños".

Líderes de las nueve organizaciones que suscribieron el Acuerdo Nacional para el Campo, advirtieron que encabezarán un "movimiento radical pero pacífico" para exigir un juicio justo para López Obrador.

miércoles 6 de abril de 2005 → Política → Sólo la organización popular podrá "descarrilar el golpe de Estado"

Intelectuales y periodistas piden no caer en la trampa del foxismo para reprimir

Sólo la organización popular podrá "descarrilar el golpe de Estado"

Fox, dispuesto a imponer un gobierno ilegítimo: Garrido

Camacho Solís llama a defender a López Obrador

Los promotores del juicio son traidores: Federico Arreola

KARINA AVILES

[Ampliar la imagen](#)



Intelectuales, políticos y periodistas afirmaron que la organización del pueblo que se ha gestado a escala nacional en torno al movimiento contra el desafío, que no se agota en ese proceso, puede "descarrilar el golpe de Estado" que se pretende dar con la aprobación del juicio de procedencia, y subrayaron la necesidad de no caer en "la trampa" del gobierno foxista que busca reprimir esta lucha.

En el foro La República ante el desafío de Andrés Manuel López Obrador, organizado por Casa Lamm y *La Jornada*, el diputado por el PRD Manuel Camacho Solís, los periodistas Jaime Avilés, Federico Arreola y Luis Hernández Navarro, así como los académicos Luis Javier Garrido y Luis Linares Zapata, hablaron sobre los enemigos del país, realizaron denuncias, analizaron el significado de llevar adelante el proceso de desafío e inclusive destacaron algunas de las ventajas derivadas del juicio de procedencia.

En una sala abarrotada e insuficiente para todos los asistentes, razón por la cual se acondicionó un espacio externo al aire libre para dar cabida a las personas de todas las condiciones sociales que querían saber más de esta problemática, Luis Javier Garrido manifestó que el presidente Vicente Fox está dispuesto a todo, desde colocar a un gobierno ilegítimo en 2006 hasta destruir a las instituciones de la República, empezando por las del Poder Judicial.

Este juicio, dijo, conduce a que se termine con el incipiente entramado democrático y que el país entre en un escenario imprevisible. Advirtió que de triunfar "esta tentativa de golpe de Estado" aunque se dijo convencido de que esto no ocurriría se cerrarían por muchos años las posibilidades de que México viva un proceso de reconstrucción nacional, que no se realizó en 2000.

El investigador universitario consideró que el desafío plantea un doble desafío. Uno, para el propio López Obrador, en el cual "no hay vuelta atrás" y "no hay más que un solo plan", que es seguir adelante, porque el

Cabe destacar que el segundo generador más importante, Andrés Manuel López Obrador, no solamente tuvo un acceso privilegiado, sino que además hizo uso de encuadres en la cobertura periodística de la crisis. Utilizó, principalmente, el *framing* de presentar a la crisis como un enfrentamiento político-gubernamental-electoral, lo que podría implicar que los generadores de la oposición, aquellos a los que el Jefe de Gobierno capitalino acusaba de estar detrás de sus problemas, hubiesen tenido mayor presencia en los medios, pero los datos obtenidos en el análisis revelan lo contrario.

Para terminar con este apartado, es importante señalar que en la actualidad, además de destacar las variables cuantitativas, los medios masivos de comunicación continúan con las prácticas descritas respecto de las variables cualitativas. Los medios convencionales, como la televisión, la radio, la prensa, así como los surgidos a partir de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación hacen uso de las herramientas y variables cualitativas periodísticas para establecer un tema; para generar importancia o disminuirla en la agenda mediática y, por ende, en la percepción de sus lectores que puede ser desde su inserción o publicación hasta la presentación como la

noticia más importante, a 8 columnas, en la portada o en el resumen, en la entrada, en la parte superior de la página web, en cintillos superiores o laterales que nunca se retiran. Actualmente, son cada vez más las herramientas periodísticas y elementos cualitativos con las que se cuentan, las cuales permiten generar influencia en sus consumidores, por lo que es necesario continuar y ampliar el estudio de los medios masivos de comunicación.

Ejemplos de fotografías generadas por ciudadanos en *La Jornada*

6 de abril de 2005



Ejemplo de una crónica generada por una intelectual y notas informativas y fotografías generadas por ciudadanos en el *Reforma*

8 de abril de 2005



10.7. EL USO DE ATRIBUTOS Y/O ENCUADRES EN LA ETAPA DE MADUREZ DE LA CRISIS DEL DESAFUERO

Según las aportaciones teóricas expuestas en el capítulo 6 sobre los estudios que se han realizado sobre los medios de comunicación, la teoría de *agenda setting* en su segundo nivel y la teoría del *framing* decían que los medios, además de tener la posibilidad de establecer el tema, orientaban a sus lectores (recuerden que nos estamos refiriendo a dos medios impresos) respecto de cómo deben percibir la información, lo que dependería de las variables o herramientas utilizadas por dichos medios.

Las variables cuantitativas y cualitativas periodísticas analizadas en el apartado anterior de este capítulo (10.6) son utilizadas por los medios para influir pero se trata, casi siempre, de una influencia indirecta o sutil, puesto que muchas no son percibidas en su totalidad por las audiencias de éstos. Los medios cuentan también con otras herramientas para influir de forma directa: adjetivos, calificativos y adverbios insertados en los titulares o en el cuerpo de la noticia. Pero además tienen la capacidad de hacer uso de encuadres para resaltar aún más el tema, darle características o valoraciones positivas y negativas para ser transmitidas a las audiencias. Estas valoraciones recogen de forma clara y directa la opinión del actor involucrado y/o del medio sobre el tema abordado, con lo que se puede influir en la percepción que tendrá la audiencia.

Los adjetivos, calificativos y adverbios, así como los encuadres utilizados por los medios y los diferentes actores involucrados en el tema pueden presentar dos tipos de valoraciones diametralmente opuestas: positivas o negativas, favorables o desfavorables, buenas o malas, respecto del tema en discusión. La presencia de esta ambivalencia se da en situaciones de crisis políticas, en las cuales se tienen dos posturas que se enfrentan entre sí, para sacar beneficio en detrimento de su contrario. Las crisis políticas son, por lo regular, un juego de suma cero, en que el beneficio del jugador es igual a la pérdida de su contrincante.

En las crisis políticas, al igual que en los estudios sobre los movimientos sociales a partir de la teoría del *framing*, se presentan tres categorías de actores involucrados o campos de identidad, como los definen Hunt, Benford, y Snow (2006-2): los protagonistas, antagonistas y las audiencias, de los cuales dos presentan posturas totalmente contrarias, de suma cero, los protagonistas *versus* antagonistas, como se registró en la situación de la crisis política del desafuero de Andrés Manuel López Obrador, un conflicto con dos posiciones totalmente opuestas.

Klapper (1960) subraya que algunas características y disposiciones de los contenidos aumentan la eficacia persuasiva. Destaca la presentación bilateral, aquella que presenta argumentos a favor o en contra, la cual facilita la persuasión por los medios, principalmente en audiencias con elevado nivel educativo.

Este apartado se ocupará del análisis de los adjetivos utilizados por los dos medios seleccionados (*La Jornada* y *Reforma*) para saber cuál ha sido la orientación que han defendido respecto del tema del desafuero. La técnica utilizada ha sido una adaptación del análisis evaluativo y de su diferencial semántico de Ch. Osgood –sin hacer uso del grado de intensidad o puntuación que propone–, a través del cual se establece que los sujetos valorados lo pueden ser de forma positiva, negativa o desde la neutralidad. Esta técnica se apoya en el análisis de las aserciones evaluativas, por el supuesto de que el texto representa en cierto modo a su autor, como indica Bardin (1991), las personas tenemos opiniones sobre las cosas, los seres, los fenómenos y las manifestaciones mediante juicios de valor. Con el análisis de las aserciones evaluativas se pretende medir las actitudes del sujeto productor de la información respecto de los objetos que aparecen expresados en dicho texto.

Se trata de conocer el sentido de la opinión –positiva, negativa o neutra (a favor o en contra)– de los generadores o fuentes informativas, incluidos los medios analizados, lo que permite determinar no sólo la presencia del tema (presencia o ausencia), sino también identificar la carga evaluativa de la información sobre la crisis del desafuero de López Obrador, en segmentos semánticos de los titulares y el cuerpo del texto, principalmente a través de los adjetivos, calificativos y adverbios utilizados en los rotativos, para transformarlos en objetos de actitud positivo/negativo, favorable/desfavorable, bueno/malo, términos evaluativos de significado común. Para el análisis del presente apartado se llevó a cabo un listado de titulares o parte del texto de la nota informativa que se presentan en el anexo III.

Los objetos de actitud son aquellos sobre los que recae la evaluación, que en este caso son dos, López Obrador y el tema del desafuero, cuestiones centrales de la crisis político-gubernamental-electoral objeto de este análisis. Los términos evaluativos de significado común son los predicados que pueden ser tanto adjetivos (honrado, mentiroso) como nombres, adverbios que provienen de adjetivos (marranada) o verbos (dimitir, rechazar) que en este caso son los conectores, es decir, los que enlazan los objetos de actitud con los términos.

La otra cuestión que se presenta en este apartado es la identificación de los encuadres utilizados por quienes estaban en favor del desafuero y aquellos que estaban en contra. Los marcos de referencia se obtuvieron, al igual que los atributos, a partir del análisis de las aserciones evaluativas del texto de los titulares, en el cuerpo informativo y las herramientas cualitativas periodísticas (véase anexo III), mencionadas en la metodología (véase el capítulo 9) como el género periodístico, la sección, los generadores o fuentes informativas, que generan encuadres en la información presentada por los medios masivos de comunicación.

Este análisis contribuirá a reforzar la idea de que los medios impresos analizados otorgaron una gran importancia al tema de la crisis político-gubernamental-electoral objeto de este estudio, que como ya se explicó en el apartado 3 de este capítulo, se presentó como un tema nacional, político, económico y de alcance internacional que involucró a los más diversos sectores de la sociedad. Pero estos resultados necesitaban complementarse con los encuadres a favor o en contra, marcos en los que además aparecían adjetivos calificativos (negativos/neutrales/positivos) para dar respuesta a las hipótesis y a los objetivos planteados.

Como se verá a continuación de manera más explícita, los que estaban a favor del desafuero, los antagonistas, encuadraron el tema como un problema jurídico entre el Gobierno del Distrito Federal y un particular. Entre los marcos utilizados por los antagonistas además se presentaba a algunos de los actores como violentos y se utilizaban adjetivos negativos para referirse a López Obrador, a sus simpatizantes, a su partido y a quienes lo apoyaban.

Por el contrario, los que estaban en contra del desafuero, esto es a favor de López Obrador, los protagonistas, encuadraron el tema como una crisis política al involucrar al Presidente de la República, su gabinete y los partidos Acción Nacional y el Revolucionario Institucional; y también como una crisis electoral, pues la retirada del fuero supondría la imposibilidad de López Obrador de ser candidato a la Presidencia de la República en la convocatoria electoral de 2006. Por tanto, el marco presentaba a algunos de los involucrados como no violentos (AMLO, el Partido de la Revolución Democrática y simpatizantes). En cuanto a las calificaciones transmitidas a través de los adjetivos utilizados eran favorables a López Obrador y defensores y desfavorables a quienes apoyaban la retirada del fuero.

Para proceder a este análisis se trabajó con una base de datos de los nueve días (véase el anexo II) que supusieron la denominada “madurez de la crisis”. Para

establecer correlaciones y comparaciones se partió del estudio de las variables manejadas en el análisis anterior: medio, fecha, género periodístico, página, sección y generador, pero se introdujo la variable “sesgo o atributo” referida a las valoraciones explicadas en los párrafos anteriores (positiva, neutral y negativa) y obtenida con el análisis evaluativo que se ha realizado.

Cabe recordar que en los nueve días (del 2 al 10 de abril de 2005) se han contabilizado 935 impactos o informaciones sobre el desafuero entre *La Jornada* (izquierda) y *Reforma* (derecha)⁶⁷. El análisis cualitativo se establece a partir de los adjetivos que se presentan ya sea en los cabeceras o en el cuerpo de la información periodística. Se toma en cuenta si éstos son positivos, neutrales o negativos de forma directa hacia el proceso de desafuero y hacia Andrés Manuel López Obrador.

El desarrollo de este apartado permitirá conocer la forma en que los dos medios impresos presentan a sus lectores el cómo deben pensar sobre el tema del retiro del fuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal. Por la amplitud de la base de datos solamente se analizan las inserciones con un sesgo positivo y negativo, para contrastar la información publicada por los dos medios.

El tema primordial y el actor principal de este análisis, como se explicó, son la solicitud de desafuero y Andrés Manuel López Obrador, respectivamente. Por tanto, lo positivo o negativo irá siempre referido a una de esas dos cuestiones. En primer lugar, el análisis se centrará en la frecuencia del sesgo para, posteriormente, cruzar este dato con el resto de variables presentes en este estudio, incluida la relativa al medio.

Como se verá, la inserción de la variable sesgo permitirá un análisis más profundo al tratarse de un análisis cualitativo. Los dos diarios además de generar importancia y encuadres con las variables presentadas en el epígrafe anterior (10.6) nos dirán a través de los adjetivos utilizados cuál fue la imagen o percepción que intentaron establecer sobre el Jefe de Gobierno del Distrito Federal y el desafuero.

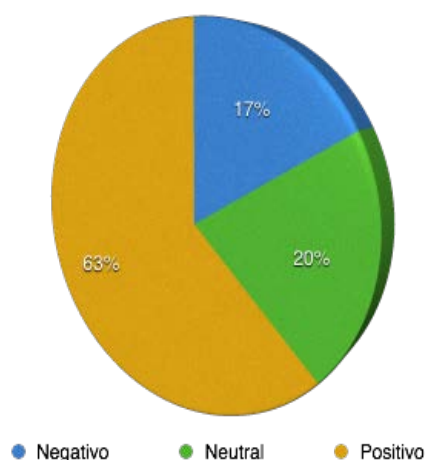
⁶⁷ Cabe recordar que *La Jornada* registra una línea editorial de izquierda, por lo que era más proclive a la tendencia ideológica del Jefe de Gobierno del Distrito Federal y su partido, el de la Revolución Democrática. Respecto a *Reforma*, éste se inclina hacia la derecha, y sus intereses se encontraban más cercanos a la corriente del Presidente de la República, Vicente Fox Quesada y su partido, Acción Nacional.

10.7.1. Frecuencia del sesgo

De los 935 impactos, el 80 por ciento aparecían con algún adjetivo calificativo, de los cuales el 63 por ciento (589) eran favorables a los objetos principales (ya comentados) frente al 17 por ciento (158) que presentaban una calificación desfavorable. El 20 por ciento restante de las publicaciones no presentaron un adjetivo explícito hacia Andrés Manuel López Obrador y/o el retiro del fuero, por lo que fueron clasificados como neutrales.

Gráfico 10

Frecuencia de la variable sesgo



Elaboración propia. En el gráfico se realizó el redondeo de los datos.

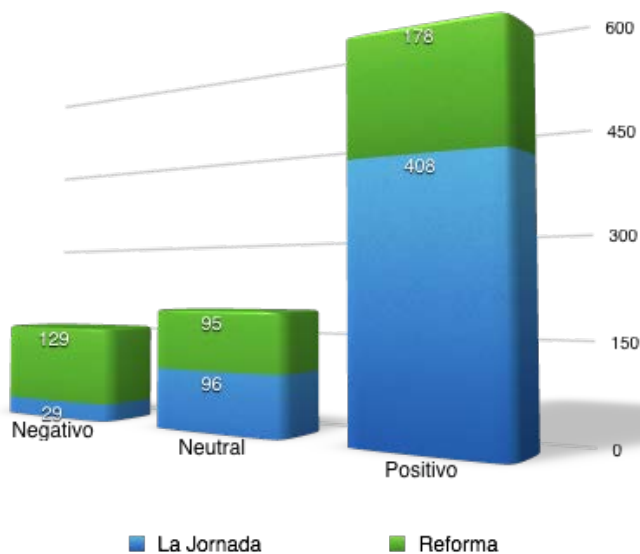
Al analizar la unidad de registro sesgo o atributo sin división por diario, el gráfico es contundente y se podría afirmar que el tema del desafuero fue de beneficio para Andrés Manuel López Obrador, por la sencilla razón de que se registra un mayor número de inserciones con atributos, calificativos o adverbios en favor del Jefe de Gobierno capitalino, pero esta situación cambia, y en algunas variables de forma radical, cuando se analiza y se comparan los dos diarios escogidos.

La frecuencia de impactos positivos *versus* negativos va a variar en función del medio del que se trate. Al igual que ocurría con la cobertura y la utilización de unas u otras variables, en este caso los datos son coincidentes con lo ya descrito. El diario *La Jornada* utiliza más impactos con adjetivos calificativos favorables que *Reforma* (408 frente a 178). Respecto de los negativos ocurre lo contrario, *Reforma* los utiliza en 129 impactos, mientras *La Jornada* sólo inserta adjetivos negativos en 29. La explicación, a

simple vista, es obvia. El periódico de tendencia izquierdista intenta transmitir pensamiento favorable a López Obrador por su afinidad ideológica. Por el contrario, *Reforma*, que fue el diario que menos cubrió esta crisis, presenta una valoración del tema y de sus actores más negativa.⁶⁸

Gráfico 11

La Jornada vs Reforma variable sesgo



Elaboración propia.

La tendencia descrita coincide con la línea editorial de cada uno de los medios. Las diferencias encontradas a través del sesgo-medio son más marcadas que las cuantitativas y cualitativas periodísticas descritas y analizadas en el apartado 10.6. Por ello, se analizarán las publicaciones de forma separada cruzando la variable sesgo-medio con las relativas a fechas, páginas, sección, género y generador, primero cuantitativamente y, después, respecto al género y a los generadores el análisis será cualitativo. Estos cruces permitirán definir de forma clara cómo abordaron y presentaron los dos periódicos a López Obrador y al tema del desafuero, actor y tema analizados.

⁶⁸ En las tablas de contingencia con la variable sesgo o atributo de la información se analizarán solamente los impactos que presentan características positivas o negativas; las inserciones que no registran algún tributo o el sesgo neutral, no se presentan en los cuadros, por lo cual la suma de los porcentajes negativos y positivos no suman el 100 por ciento.

10.7.2. Análisis según variables cruzadas

10.7.2.1. Fecha – medio – sesgo

Con base en lo analizado, se puede percibir cómo *La Jornada* publicó un número mayor de informaciones e intentó mantener, a toda costa, el tema en la agenda mediática. Mientras *Reforma* sólo publica más impactos dos días de los nueve, el 3 y el 5 de abril. Pero el análisis de lo que se ha venido denominando “sesgo” aportará, como se verá a continuación, datos y resultados más precisos de los atributos y encuadres que estos dos periódicos intentaron mostrar a sus lectores.

En primer lugar, se hará referencia a la información negativa. Lo primero que se observa es lo que se comentó al inicio de esta presentación. La mayor o menor preponderancia del sesgo negativo dependerá de la línea editorial del medio. Por eso, *Reforma*, periódico de derecha utilizó un mayor número de adjetivos negativos durante los nueve días analizados: un promedio de 14,33 impactos negativos al día, frente a los 3,22 impactos por día de *La Jornada*. El diario de derecha en cuatro de los nueve días analizados presenta un menor número de publicaciones que el promedio, siendo éstos el 3, 4, 7 y 10 de abril. En el periódico de izquierda esta situación se presenta durante cinco días, el 4, 6, 7, 9 y 10 de abril.

Todos los días *Reforma* publica más del 65 por ciento de los impactos negativos hacia López Obrador. El día que se registra el mayor equilibrio entre ambos diarios es el 2 de abril, cuando *La Jornada* presenta el 34,8 por ciento y *Reforma* 65,2 por ciento de impactos desfavorables. El 4 de abril es cuando se publica el menor número de impactos negativos sobre Andrés Manuel con sólo tres en total, de los cuales uno fue en *La Jornada* y los dos restantes en *Reforma*.

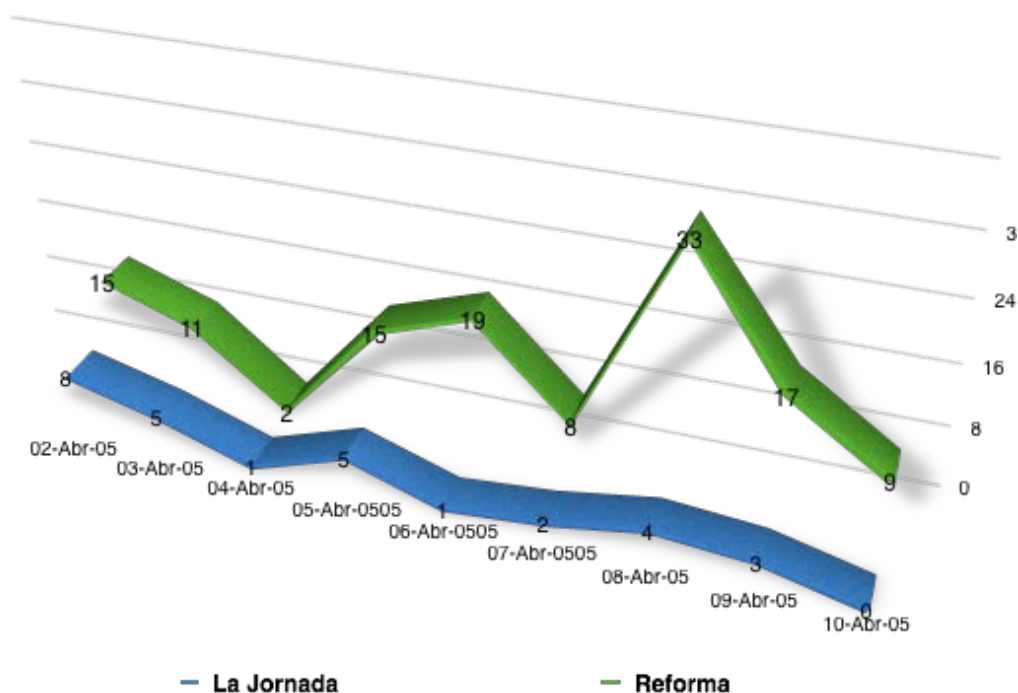
El 8 de abril, cuando se publica el retiro del fuero en los medios impresos, se registra el mayor número de impactos negativos, con un total de 37, de los cuales el diario de la cooperativa contabiliza cuatro impactos desfavorables, el 10,8 por ciento, frente a 33 de *Reforma*, que representan el 89,2 por ciento. Este día confirma la tendencia de *La Jornada* de buscar apoyar a López Obrador y la de *Reforma* de presentar al jefe del gobierno capitalino con atributos desfavorables.

En los dos días finales de la etapa de madurez de la crisis, 9 y 10 de abril, el diario de izquierda solamente publica una inserción con atributos negativos, con lo que busca encuadrar de forma positiva al desafuero; en tanto el *Reforma* mantiene su tendencia desfavorable y suma 20 impactos entre ambos días. La presentación del mayor número de impactos negativos el 8 de abril se debe a la participación activa y

cobertura mediática a los diputados federales de los partidos Revolucionario Institucional y Acción Nacional, quienes defendieron y justificaron el retiro del fuero al gobernante capitalino.

Gráfico 12

Sesgo negativo en la madurez de la crisis La Jornada vs Reforma



Elaboración propia.

Respecto del sesgo positivo hacia AMLO, los resultados son totalmente opuestos que en el sesgo negativo, al invertirse las tendencias. Ahora es *La Jornada* la que publica todos los días el mayor número de inserciones positivas sobre el tema: un promedio de 45,33 registros al día frente a los 19,77 impactos con atributos positivos de *Reforma*. Los días en los que el número de inserciones se encuentra por debajo del promedio coinciden en ambos medios: 3, 4, 5 y 10 de abril. El *Reforma* solamente presenta un día más con inserciones por debajo del promedio, el 10 de abril.

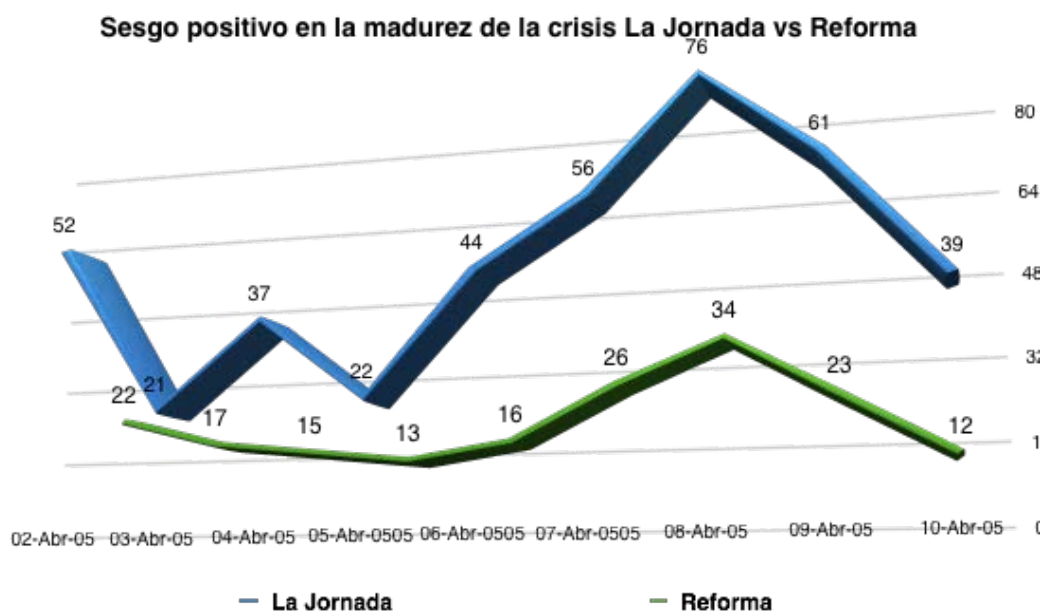
El primer día de la madurez de la crisis, 2 de abril, se presentan 74 publicaciones favorables, de las cuales 70,3 por ciento es en *La Jornada* y 29,7 por ciento en *Reforma*. Para el segundo día, el 3 de abril, se presenta el mayor equilibrio entre los dos medios, al registrar el diario de izquierda 55,3 por ciento de los impactos favorables, frente al 44,7 por ciento del periódico de Alejandro Junco. El 4 y el 5 de abril, se registra en *La Jornada* 71,2 por ciento y 62,9 por ciento frente a 28,8 y 37,1 por ciento del *Reforma*,

respectivamente. El 5 de abril es el día en que menos registros positivos presentan en conjunto ambos medios, al sumar 36.

El 6 de abril se presentan 60 registros, de ellos 73,3 por ciento son en *La Jornada* y 26,7 en el *Reforma*. El 7 de abril, se registraron 81 impactos favorables, con 68,3 por ciento y 31,7 por ciento cada uno respectivamente. El 8 de abril, día en el que se publica la retirada del fuero constitucional, se presenta el mayor número de impactos favorables de forma conjunta, 110, pero con una amplia diferencia al comparar ambos diarios. El 69,1 por ciento corresponde al periódico de izquierda y el 30,9 por ciento, al de derecha.

Para los dos días finales de la madurez de la crisis se registra una fuerte actividad positiva, el 9 de abril se publican 84 impactos favorables, de los cuales 61 son en *La Jornada* (72,6 por ciento) y 23 (27,4 por ciento) en *Reforma*. Para el 10 del mismo mes son 51 los impactos con el mismo sesgo, de los cuales el 76,5 por ciento es en el diario de Carmen Lira y el 23,5 por ciento en el de Alejandro Junco. Este último día es cuando se presenta la diferencia más amplia entre los dos diarios en las inserciones favorables al Jefe de Gobierno del Distrito Federal.

Gráfico 13

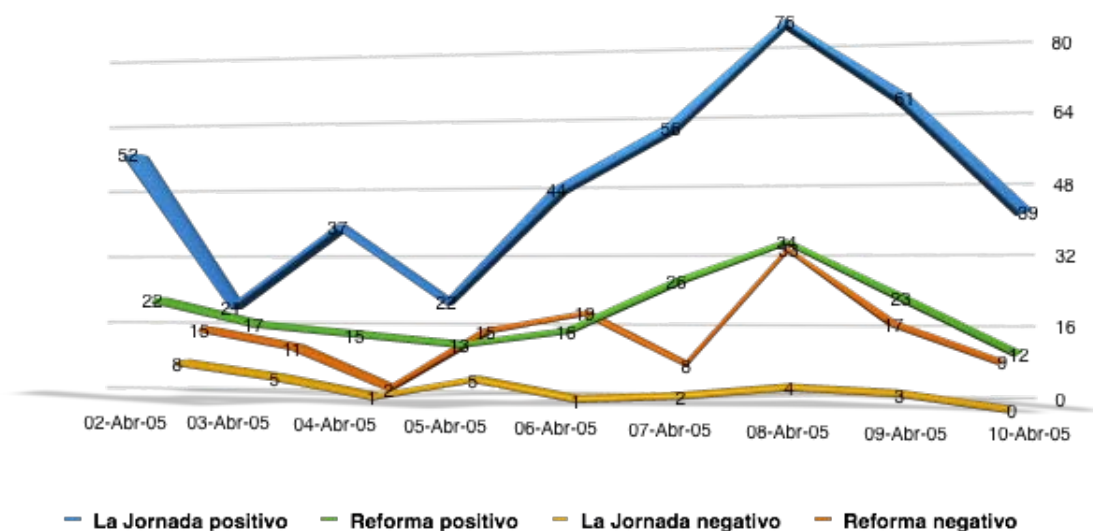


Elaboración propia.

Los datos expuestos al respecto del cruce fecha/medio/sesgo permiten concluir que el periódico *La Jornada* fue más favorable a López Obrador, al existir una gran diferencia entre el volumen de adjetivos positivos y los negativos. *Reforma* también

transmite más valoraciones positivas que negativas, pero la diferencia entre ambas es mucho menor, por lo que su posición es más equilibrada.

Gráfico 14
Comparativo sesgo negativo – positivo en *La Jornada* y *Reforma*



Elaboración propia.

10.7.2.2. *Página – medio – sesgo*

Otra de las variables o unidades de registro a la que se ha prestado atención en esta investigación es la página, al determinar la importancia de la información que se publica. Como se explicó, la portada es el espacio de mayor relevancia, seguida de la contraportada, así como las primeras páginas de los medios impresos⁶⁹. Cabe recordar también que *La Jornada* tiene más de 50 páginas con numeración continua y contraportada, mientras *Reforma* no tiene contraportada y las páginas se presentan por secciones, por lo que éstas empiezan siempre por la página 1 y las que van seguidas no superan las 30.

⁶⁹ A partir de la plana 11 se analizarán las páginas en intervalos de 10 para facilitar su estudio.

Cuadro No. 33
Página-medio-sesgo

	<i>La Jornada</i>		<i>Reforma</i>	
	Negativo %	Positivo %	Negativo %	Positivo %
Portada	7,0	64,9	37,1	28,6
Contraportada	0,0	70,0	⁷⁰	
Intervalo 1 – 10	3,9	79,9	28,1	47,5
Intervalo 11 - 20	3,9	70,7	48,5	36,4
Intervalo 21 - 30	7,5	62,3	0,0	100,0
Página 1	⁷¹		9,4	62,5
Página 2	0,0	96,9	20,0	60,0
Página 3	0,0	72,2	3,8	42,3
Página 4	0,0	80,0	25,8	48,4
Página 5	4,0	84,0	20,8	50,0
Página 6	11,5	73,1	32,3	52,3
Página 7	10,0	70,0	50,0	34,4
Página 8	4,0	80,0	47,6	28,6
Página 9	0,0	75,0	50,0	25,0
Página 10	4,8	76,2	55,6	33,3

Elaboración propia.

En el cruzamiento de página/medio/sesgo se puede concluir que *La Jornada* publica en las páginas de mayor importancia notas positivas para el jefe de gobierno capitalino y la información desfavorable es presentada en las páginas con menor valoración. Por su parte, el *Reforma* tiende a desplegar un mayor número de impactos negativos en la página de mayor importancia para un medio impreso, su portada.

En el diario de izquierda se aprecia su disposición para presentar la información favorable a Andrés Manuel en las dos páginas de mayor relevancia, la portada y la contraportada, resaltando que en esta última no se publica información negativa hacia el Jefe de Gobierno. *La Jornada* presenta las inserciones con atributos desfavorables en las últimas páginas, las de menor importancia, como se aprecia en el intervalo de la plana 21 a la 30, donde acumula el 7,5 por ciento de notas con atributos negativos a Andrés Manuel López Obrador y en la página 6, la cual alcanza el 11,5 por ciento.

En el *Reforma*, aunque presenta un mayor equilibrio entre las noticias negativas *versus* positivas, es muy clara su posición frente al desafuero al publicar en su página de

⁷⁰ Por las características del tamaño del diario *Reforma*, que es un impreso tipo sábana, no cuenta con una contraportada como *La Jornada*, que es tamaño tabloide.

⁷¹ Como se indicó por el formato del diario *La Jornada*, éste no cuenta con secciones periodísticas separadas, por lo tanto tiene una numeración continua y la página uno es la portada. Por su parte, el *Reforma* divide sus secciones e inicia la numeración desde el 1.

más jerarquía, la portada, un mayor porcentaje de inserciones que no favorecen a López Obrador, en la cual exhibe el 37,1 por ciento de los impactos con atributos negativos, frente al 28,6 por ciento que cuentan con características positivas.

A partir de los precios de la publicidad en los dos diarios, presentados en capítulo 8.2, las páginas que tienen un mayor costo y que por lo tanto son de mayor importancia para los dos periódicos, sin duda *La Jornada* presenta la información con atributos favorables en los espacios de mayor precio y los impactos con sesgo negativo en los de menor costo. *El Reforma*, aunque tiene un mayor equilibrio entre los impactos positivos y negativos, tiende a presentar en la página de mayor importancia, la portada, notas con características negativas, lo cual es transmitido a sus consumidores.

10.7.2.3. Sección – medio – sesgo

La relevancia y el encuadre de los temas también dependen de las secciones en las que se incluyen. La crisis del desafuero se presentó en seis espacios diferentes que hacen que la información no tenga siempre la misma valoración para los lectores ni para el medio que la transmite y esto acaba generando marcos de referencia específicos por el espacio de representatividad.

La información con encuadres positivos sobre el desafuero de Andrés Manuel López Obrador se presentó en las secciones nacional o política, estados, ciudad o capital, internacional, economía o negocios y una especial con formato de suplemento que apareció el 2 de abril en *La Jornada*. Por otro lado, los impactos con marcos desfavorables se publicaron en nacional o política, estados, ciudad o capital y economía o negocios.

Cuadro No. 34

Sección-medio-sesgo

	<i>La Jornada</i>		<i>Reforma</i>	
	Negativo %	Positivo %	Negativo %	Positivo %
Nacional/Política	6,1	73,9	40,4	35,2
Estados	0,0	100,0	11,1	77,8
Ciudad/Capital	1,6	93,7	18,3	57,5
Internacional		⁷²	0,0	87,5
Economía/Negocios	4,0	76,0	33,3	46,7
Suplemento	0,0	100,0		⁷³

Elaboración propia.

⁷² *La Jornada* no publica información sobre el desafuero en su sección “Internacional”.

⁷³ El diario *Reforma* no hace uso de un suplemento especial para el retiro del fuero de Andrés Manuel López Obrador.

El cruzamiento de las variables sección/medio/sesgo es de gran importancia al generar por sí mismo encuadres o atributos para la información. La sección periodística establece el espacio geográfico de influencia de la noticia. Como se comentó en el capítulo 10.5 y 10.6, *La Jornada* presentaba el desafuero de López Obrador como un tema de la agenda política nacional, mientras que el *Reforma* también le daba un carácter nacional pero con una tendencia a mantenerlo como un asunto local.

Al analizar los atributos de la información con la variable de sección periodística, en el diario de izquierda resaltan las secciones de nacional/política y economía/negocios, donde a pesar del amplio porcentaje de inserciones favorables son los apartados donde se registró el mayor número de impactos con sesgo negativo. Cuantitativamente, *La Jornada* publicó al desafuero de forma desfavorable en las secciones donde acumula el mayor número de inserciones, por lo que buscaba matizar la información negativa.

En el *Reforma* es de destacar el manejo de la información en las secciones periodísticas. Cuando el diario de Alejandro Junco presentaba el desafuero de Andrés Manuel como un tema nacional lo hacía principalmente con atributos desfavorables; pero si el tema era publicado como un asunto local y/o estatal tendía a ser favorable al Jefe de Gobierno de la Ciudad de México. A pesar de buscar que el tema en lo nacional fuera negativo y en lo local o estatal positivo, destaca que el *Reforma* cuando publicaba sobre el desafuero en la sección “Internacional” siempre lo hacía de forma favorable a Andrés Manuel.

Finalmente, en la sección de negocios, con lo que se le daba un encuadre de ser un asunto económico, no solamente político-gubernamental-electoral, el periódico de derecha tendía a presentarlo con atributos desfavorables, por lo que Andrés Manuel López Obrador afectaría a la economía mexicana. Este marco de referencia sería utilizado ampliamente en el proceso electoral de 2006 en contra de AMLO.

10.7.2.4. Género – medio – sesgo

El género periodístico es una de las variables más importantes porque otorga relevancia o no al tema dependiendo de cuál sea éste. La nota de mayor importancia, la de 8 columnas, genera jerarquía a la información al ser presentada en la portada, en la parte superior y a un mayor tamaño de letra, por lo que por antonomasia es importante. Lo mismo sucede con la fotografía a 8 columnas o principal situada en la portada.

El resto de géneros periodísticos informativos y de opinión, y las herramientas periodísticas cualitativas utilizadas en ambos diarios también generan valencia. Quien escribe la columna o el artículo proporciona al tema una importancia que es percibida por los lectores y lo mismo sucede con la crónica y la entrevista. Para Gomis (1991) los géneros periodísticos permiten hacer llegar al público la realidad interpretada de un modo completo, a través de una gama de filtros y formas convencionales, que le permiten entenderla mejor.

Cuadro No. 35
Género-medio-sesgo

	<i>La Jornada</i>		<i>Reforma</i>	
	Negativo %	Positivo %	Negativo %	Positivo %
8 columnas	10,0	60,0	100,0	0,0
Nota general	9,0	74,8	31,4	44,7
Fotografía 8 columnas	0,0	62,5	66,7	0,0
Fotografía	3,1	65,6	11,2	68,8
Editorial	0,0	100,0	⁷⁴	
Artículo	6,6	75,0	30,8	30,8
Columna	0,0	82,6	46,3	34,1
Caricatura	0,0	96,8	93,8	0,0
Entrada	7,9	65,8	37,5	37,5
Crónica	0,0	40,0	9,1	18,2
Infografía	⁷⁵		14,3	14,3
Desplegado publicitario	7,1	92,9	18,2	63,6
Participación ciudadana	0,0	100,0	50,0	40,0
Reportaje	0,0	0,0	⁷⁶	
Entrevista	0,0	100,0	⁷⁷	

Fuente: Elaboración propia.

De entrada en el espacio de mayor importancia para los diarios, la noticia y fotografía a 8 columnas, prácticamente define el manejo de la información sobre el desafuero otorgado por los dos diarios. *La Jornada* presenta en un mayor número de ocasiones la crisis del retiro del fuero constitucional a López Obrador de forma positiva, como el titular del 4 de abril: “Primero hablaré al pueblo, luego a diputados: AMLO” (*La Jornada*, 2005), en el que se busca un encuadre de un Jefe de Gobierno cercano a los ciudadanos y que además deja a los políticos en un segundo lugar. Para el 7 de abril, el periódico de la cooperativa además de darle características favorables para que no

⁷⁴ El diario *Reforma* no cuenta con el género Editorial.

⁷⁵ *La Jornada* no cuenta con la herramienta periodística de infografía.

⁷⁶ El diario *Reforma* no hace uso del género reportaje para el retiro del fuero de Andrés Manuel López Obrador.

⁷⁷ El diario *Reforma* no hace uso del género entrevista para el retiro del fuero de Andrés Manuel López Obrador.

proceda el desafuero, le da un encuadre financiero e internacional con el titular: “Repulsa al desafuero en capitales financieras. Medios de EU y Europa se unen al no” (*La Jornada*, 2005: 1)

Portada de *La Jornada* 7 de abril de 2005

La Jornada
DIRECTORA GENERAL: RITA SAADÉ
DIRECTOR FUNDADOR: J. MEXICO, DISTRITO FEDERAL • FONO: 21 • FAX: 50 76 01 • WWW.LAJORNADA.MX • JUEVES 7 DE ABRIL DE 2005
10 PESOS

■ Medios de EU y Europa se unen al no

Repulsa al desafuero en capitales financieras

■ Eliminar de la contienda a López Obrador, riesgo alto e inútil: Credit Suisse First Boston

■ Washington Post: inhabilitarlo traerá graves consecuencias políticas y económicas

■ La Bolsa sigue volátil; bajó ayer 1.06%

■ Denuncia que se parapeta en México en Paz AC

Creel orquesta en tv cuantiosa campaña en contra nuestra: GDF

■ El spot viene de la SG, aunque aparezca con un disfraz de asociación civil, dice el gobernante capitalino

■ Ningún registro oficial de la organización; sus mensajes por el desafuero se transmiten en horario estelar

■ 8 y 18

“Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos”

ANÁLISIS

Más de 24 horas antes del desafuero, mientras la Bolsa cae por tercer día consecutivo a su nivel más bajo de este año, volada de rojo oscuro y cuberta negra de puntos blancos, a las 14 de la tarde con dos excoos minutos de ayer, Andrés Manuel López Obrador sale de su despacho en el Antiguo Palacio del Ayuntamiento para dirigirse a su despacho en la Cámara de Diputados, como todos los días desde que se quedó viado hace más de dos años, con sus tres hijos.

GOLPE CONTRA TODOS

El día de hoy, la bancada capitalina y la mayoría de la prensa de la Cámara de Diputados se preparan para presenciar la votación del desafuero al jefe del Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, se agitan a dar un golpe gravísimo de muchas bandas. Si el resultado presiona de desobediencia, como está previsto por sus organizadores, es decir, con la renuncia del cargo del gobierno capitalino, se habrá desvirtuado la voluntad popular que llevó al poder a López Obrador por medio del sufragio libre y democrático.

ANÁLISIS

Andrés Manuel López Obrador, jefe del Gobierno del Distrito Federal, llega a una sala de juntas del ayuntamiento capitalino donde lo aguardan diputados porfiristas.

El 8 de abril, cuando se publica la resolución tomada en la Cámara de Diputados de retirar el fuero al jefe de gobierno capitalino, *La Jornada* presenta a 8 columnas tres impactos, los cuales cuentan con el mismo tamaño de letra y en portada. Los títulos son: 1) “López Obrador: *deshonrosa trama de Fox y Azuela* para desaforarme”, 2) “Acatan el PRI y el PAN la orden de *mayoritear* la inhabilitación” y 3) “El tabasqueño, en un *Zócalo repleto*, convoca a *no caer en la provocación*” (*La Jornada*, 2005: 1).

**López Obrador:
deshonrosa trama
de Fox y Azuela
para desaforarme**

“Un grupo de empresarios exigió evitar que llegara a Los Pinos”

"A ustedes y a mí nos juzgará la historia", advirtió a los diputados

Acatan el PRI y el PAN la orden de *mayoritear* la inhabilitación

■ Pretenden con un ardid destituirlo de inmediato.

■ Para la ALDF conserva el cargo; decide interponer controversia ante la Corte

El tabasqueño, en un Zócalo repleto, convoca a no caer en la provocación

3 a 31 y 42

opinión

Frente a la corrupción de la
democracia, la resistencia

JUAN VILLOJO 26

Gráficas

■ Elena Gallegos	8
■ Jaime Aullás	10
■ Arturo Coss	20

En su intervención ante la Cámara de Diputados, Andrés Manuel López Obrador subrayó que no actuó en contra de la justicia: "El dolo y la mala fe son dos palabras más desonrosas". Agregó que "no se me a culpa por violar la ley, sólo por mi negativa de mentar su destino".

Portada de *La Jornada* 5 de abril de 2005

La Jornada

DOCTOR FUNDING : MEXICO, DISTRICTO FEDERAL • RÍO 21 • NÚMERO 763 • www.jornada.unam.mx • MARTES 3 DE ABRIL DE 2006

■ Presenta formato para aligerar costos políticos a PRI-PAN

Beltrones afila la guillotina contra López Obrador

■ Amenaza con cambiar la sede del jurado si hay "disturbios"

- Amenaza con cambiar la sede del jurado si hay disturbios
- En el dictamen, la SI desechó toda prueba y alegato del gobernante
- La voluntad popular es lo que está en juego: el titular del GDF

REDAZIONE E AMMINISTRAZIONE ■ 3 a

Sale la justicia federal en defensa del empresario Carlos Ahumada

■ Sin base, acusarlo de fraude en Gustavo A. Madero, resuelve

No regateo mi apoyo a AMLO, señala Cárdenas

■ **Censura el enfoque de una información de *La Jornada***

Proclama Chile que Insulza ya tiene el triunfo en la OEA

10

FIDEL CASTRO, EN EL HOMENAJE A JUAN PABLO II



ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT
en exclusivité pour *Le Journal*

LA LUCHA CONTRA LOS SUBSIDIOS

LOS ALBIOS

22

El desafío y la política

HERNÁNDEZ NAVARRO

11

_____ columns _____

ASTILLERO • José Hernández López	4
ASTILLERO • Víctor García Gómez	5

20 SA • Caring Preschooler-Viola

MEXICO SA • Carlos Fernández-Vega 24

El *Reforma*, contrario a *La Jornada*, todas las ocasiones que presenta el tema del desafuero como noticia principal lo hace de forma desfavorable; el ejemplo más claro es el 8 de abril, cuando el diario de Alejandro Junco titula su noticia a 8 columnas: “Cae AMLO y causa” (*Reforma*, 2005: 1), título negativo al señalar que el servidor público dejará el cargo, será juzgado por el delito de desacato, pero a pesar de que es presunto culpable, él es quien acusa.

Portada del *Reforma* 8 de abril de 2005



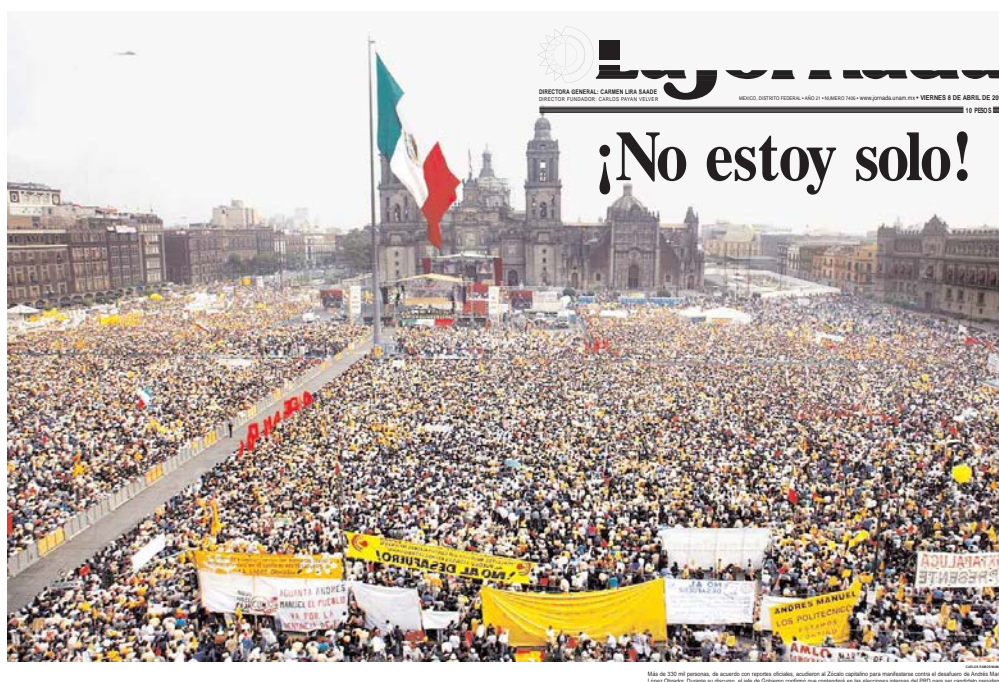
Como se aprecia, la noticia de mayor importancia (la de 8 columnas) en los medios impresos pone de manifiesto de forma directa la línea editorial del medio, así como la forma de abordar el tema. Y, aunque los dos medios le dan una cobertura equilibrada, la presentación de atributos o adjetivos es totalmente desigual. *La Jornada* publica en su mayoría titulares positivos o neutrales (3 de 4), frente a un *Reforma* que cuando aborda el tema del desafuero durante la etapa de madurez de la crisis en sus 8 columnas lo hace siempre de forma desfavorable, nunca neutral o positiva.

Los encuadres en la nota de mayor importancia en el diario de la cooperativa es el de presentar el desafuero, además de un asunto político-electoral, como un tema económico que perjudicará al país. El *Reforma* por su parte presenta al desafuero desde una perspectiva política.

La disputa entre *La Jornada* y el *Reforma* se recrudece en las fotografías a 8 columnas, que presentan posiciones aún más opuestas, el primer diario en total apoyo a López Obrador y el segundo en contra para que se le retire el fuero constitucional y sea juzgado. Además se retira, por lo menos en los espacios de mayor importancia de los medios impresos, el problema inicial y uno de los principales encuadres que busca establecer el Gobierno de la República y los partidos Acción Nacional y Revolucionario Institucional, el de desacato y el pago de indemnización al particular por la expropiación del predio “El Encino”.

La Jornada nunca presenta imágenes en negativo y el *Reforma* en ninguna ocasión hace uso de atributos o encuadres favorables a AMLO. Caso significativo es el 8 de abril, cuando el diario dirigido por Carmen Lira presenta dos fotografías a 8 columnas, una de ellas en una falsa portada. Ese mismo día, en el *Reforma*, al contrario, el texto de la imagen indica: “...Va contra todos” (*Reforma*, 2005: 1) en una clara alusión que a pesar de que López Obrador es presunto culpable del delito de desacato, él es quien acusa. En esta herramienta periodística no se registra una definición en los encuadres pero *La Jornada* busca presentar el fuerte apoyo ciudadano hacia López Obrador tanto en México como en el extranjero.

Falsa Portada de *La Jornada* 8 de abril de 2005



En cuanto a los géneros de opinión, se debe destacar que los columnistas de *La Jornada* no publican de forma desfavorable a López Obrador, todas las menciones son positivas, mientras que en el *Reforma* sus colaboradores escriben con los dos sesgos, favorable y desfavorable, pero más tendiente a lo negativo. Respecto al género artículo, cabe resaltar el equilibrio entre la forma de abordar el desafuero por el diario de Alejandro Junco, que presenta el mismo porcentaje en positivos y negativos. En el caso de *La Jornada*, salvo por un artículo con tendencia desfavorable, publicado el 7 de abril por Soledad Loaeza, quien en su artículo indica: “López Obrador también pertenece a la casta de políticos cuya pretensiones de poder se funda en su supuesta facultad de interpretar ‘el sentir del pueblo’ con sólo mirarlo...” (*La Jornada*, 2005: 24), todas las inserciones de opinión son positivas hacia Andrés Manuel.

Dentro de los géneros o herramientas periodísticas resaltan las unidades de contexto de caricatura, desplegado publicitario y participación ciudadana. En el primero de ellos se presenta la mayor diferencia entre ambos medios impresos; destaca este género, como también lo será al analizar el generador de caricaturista y puede ser un reflejo de la línea editorial de cada periódico. En cuanto a los caricaturistas, por lo menos en *La Jornada* y en el *Reforma*, éstos no participan en otros medios, tienen la exclusividad, por lo que, posiblemente, estén muy apegados a la línea editorial del diario.

En el diario dirigido por Carmen Lira es fundamental el 4 de abril, cuando todos los caricaturistas se ponen de acuerdo y presentan sus cartones de forma homogénea, en un fondo negro escriben: “No al desafuero” y “No a la canallada del desafuero”. El 7 de abril de nueva cuenta los cartonistas de *La Jornada* acuerdan invitar a los ciudadanos a manifestarse, el 8 de abril, en el Zócalo de la Ciudad de México en contra del desafuero que se discutiría en la Cámara de Diputados. Esta situación no se presenta en otro género periodístico o con algún generador. Los caricaturistas del *Reforma* no presentan una línea tan definida como en *La Jornada*, aunque en el sesgo se ve claramente la tendencia editorial de cada medio impreso; además que hacen uso claro de atributos en favor o en contra del desafuero y/o de Andrés Manuel López Obrador, es un género que busca generar una opinión y encuadres a los lectores a través de la burla o el sarcasmo.

Caricatura de El Fisgón, *La Jornada* 4 de abril de 2005



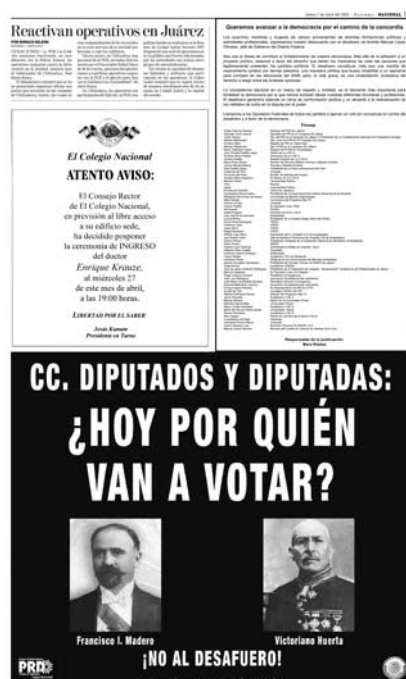
Caricatura de Magú, *La Jornada* 4 de abril de 2005



Caricatura de Calderón, *Reforma* 4 de abril de 2005



El desplegado publicitario, no es un género periodístico en sí, pero es de gran aportación a la investigación al ser un espacio el cual no puede ser modificado por el medio, al ser pagado. La compra de espacios en los dos diarios es a favor de López Obrador y supera por mucho a los espacios pagados que presentan características negativas. Resalta que la mayoría de los espacios pagados fueran en *La Jornada*, cuando este diario apoya al jefe de gobierno capitalino. Con sesgo negativo se presentaron cuatro desplegados publicitarios, dos en *La Jornada* y dos en el *Reforma*. Las inserciones positivas sumaron 33, de las cuales 26 fueron en *La Jornada* y 7 en el *Reforma*. El principal encuadre, que el tema del desafuero es una crisis electoral, también es utilizado en los espacios adquiridos económicamente, además de buscar combatir el *framing* de que López Obrador, su partido –el PRD–, y sus seguidores son violentos, por lo que llamaban a movilizarse pacíficamente.



De las pocas oportunidades con que cuentan los lectores de los periódicos de tener una participación activa y una posible apertura de los medios impresos a sus comentarios es en las llamadas Cartas del lector, en el *Reforma*, y El correo ilustrado, en *La Jornada*, que se le denominó “participación ciudadana”. Además, resalta el género al ser una de las pocas formas (si no es que la única forma) de poder medir y analizar la agenda ciudadana fuera de las encuestas de opinión y grupos de enfoque. Se debe considerar que se desconoce el número de misivas que reciben los diarios de sus lectores, así como si todas son publicadas; pero aun así permite conocer la postura del lector en los periódicos.

Como se aprecia en el cuadro No. 35, las cartas de los lectores de *La Jornada*, 35 misivas, siempre fueron a favor de López Obrador con encuadres de ser un conflicto electoral, para evitar que López Obrador triunfara en las elecciones de 2006; así como de apoyo ciudadano. A pesar de que en el *Reforma* se registró un mayor número de cartas con atributos negativos, 10 misivas, es alta la participación de los lectores del diario de derecha de forma favorable al sumar 8. En el *Reforma* se presenta una particularidad, se registra un claro cambio en los marcos y adjetivos durante los dos últimos días de la madurez de la crisis, cuando las misivas presentan atributos favorables a López Obrador. El 9 de abril se publica una misiva negativa contra cuatro

positivas y para el 10 son solamente cartas de sus lectores con atributos favorables, lo que puede interpretarse como un cambio en la cobertura del tema.

Por último, en cuanto al género que marca y define la línea del periódico, el Editorial, solamente *La Jornada* publica dicho género como marcan los cánones periodísticos, siempre en la misma página, en este diario en la número 2, y aborda un tema específico, de actualidad, del cual presenta su postura. En los nueve días de la etapa de madurez de la crisis lo presenta en seis ocasiones y siempre apoyando a Andrés Manuel López Obrador con encuadres de presentar al desafuero como un problema político-electoral, que es orquestado por el Presidente de la República, su partido Acción Nacional y el Partido Revolucionario Institucional, para que Andrés Manuel López Obrador no sea el próximo Presidente de México, como se aprecia en el editorial del 7 de abril, el cual se titula: “Golpe contra todos” (*La Jornada*, 2005: 2).

Editorial, *La Jornada* 7 de abril de 2005

jueves 7 de abril de 2005 → Opinión → Golpe contra todos

Editorial

Golpe contra todos

El día de hoy, la bancada panista y la mayoría de la priísta de la Cámara de Diputados erigida en jurado de procedencia para destituir al jefe del Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, se aprestan a dar un golpe gravísimo de muchas bandas. Si el amañado proceso de desafuero concluye como está previsto por sus organizadores, es decir, con la remoción del cargo del gobernante capitalino, se habrá desvirtuado la voluntad popular que llevó al poder a López Obrador por medio del sufragio libre y democrático.

Se pretende cancelar, también, el derecho del político tabasqueño a participar en los comicios presidenciales del año entrante, y el de los ciudadanos que han decidido votar por él y quienes, según todos los sondeos, conforman la mayoría del electorado. Pero el doble fraude electoral, *a posteriori* y a futuro, en que se traduce la conjura jurídico-parlamentaria contra el jefe de Gobierno capitalino, es sólo una de las significaciones del desafuero.

Quienes otorguen su voto a la cancelación de los derechos políticos de López Obrador estarán votando, también, contra la estabilidad política e institucional; contra la certidumbre económica y financiera, de por sí precaria; contra la imagen y la percepción de México en la comunidad internacional, y a favor de la cancelación de las posibilidades de participación democrática en el país. Sobre esto último, cabe preguntarse con qué certeza y con qué cara podrá llamarse a los sectores que desconfían de la vía electoral a que participen y ganen contiendas sólo para ser despojados de sus cargos de representación popular en cuanto su gestión resulte incómoda a quienes se consideran verdaderos dueños del poder; es decir, la alianza formada por lo más reaccionario del PAN, lo más corrupto del PRI y el grupo de presión político-empresarial cohesionado por sus complicidades en torno de Carlos Salinas.

Es obligado cuestionar qué legitimidad podría tener la elección presidencial del año entrante si se realiza en ausencia del ciudadano mejor situado para ganarla, y si su ausencia es consecuencia de un proceso judicial turbio, basado en delitos fabricados y en historias falsas, como las que difundió la PGR sobre el supuesto desacato del gobierno capitalino a una orden judicial en torno al predio El Encino.

En el contexto de la ya evidente disputa con la realidad que sostiene el gabinete en funciones, el gobierno federal sigue pronunciando alegatos de normalidad y calma chicha, mientras en los ámbitos de la especulación financiera, a los que debe fidelidad la presidencia foxista, se acusan señales de alarma por la irresponsabilidad y la torpeza del manejo político.

La percepción del desafuero como una maniobra inescrupulosa y desaseada que coloca en la antecala del derrumbe a la precaria institucionalidad democrática no es necesaria ni exclusivamente perredista u opositora. La comparten los analistas de Wall Street, las grandes corredurías financieras y *The Washington Post*, diario que advirtió en su editorial de ayer que “la descalificación de López Obrador sería un desastre para el sistema político mexicano y para su estabilidad a largo plazo”, y exhortó a los diputados del Presidente panistas, priístas, y uno que otro que da su voto al mejor postor a “abstenerse de cometer una

En resumen, respecto del cruce de variables género-medio y sesgo se puede decir que existe una diferencia muy marcada entre los dos periódicos. En los géneros utilizados por *La Jornada* hay más atributos favorables, de hecho en algunos de ellos, como la fotografía a 8 columnas, la columna, la caricatura, la crónica y las cartas al

director, no hay atributos negativos. Por el contrario, *Reforma*, que tiene más atributos negativos que positivos, no utiliza el texto a 8 columnas, la caricatura ni la entrevista para la difusión de atributos favorables, mientras los negativos los inserta en la noticia a 8 columnas, la fotografía a 8, la columna, la caricatura y las cartas al director, géneros que otorgan relevancia a las informaciones que tratan. De forma particular, en el periódico de la familia Junco se presenta que en los dos géneros periodísticos de menor relevancia, la nota informativa y la fotografía, los impactos positivos son más que los negativos; misma situación que se presenta en el desplegado publicitario, pero éste es un espacio que no controla el medio, sino quien lo adquiere.

Se corroboró la idea de que el medio de izquierda destaca más lo favorable frente al medio de derecha, que ensalza más lo negativo. En otras palabras, *La Jornada* defiende a López Obrador, *Reforma* no. La prueba más clara de esto es que en el dato del género editorial, el cual en *La Jornada* solamente recogía atributos favorables, no olvidemos que en el editorial está la adscripción ideológica del medios. El *Reforma* no utiliza el editorial y, como ya hemos comentado, va a utilizar otros géneros para los descalificativos, con lo que tiende a presentar a López Obrador y/o al desafuero de una forma más negativa que positiva; caso contrario a *La Jornada*.

10.7.2.5. Generador – medio – sesgo

La variable generador –la cual se ha abordado de forma breve y espaciada en el apartado anterior en combinación con la de género (véase capítulo 10.6.2.5)– es de gran relevancia debido a que proporciona valor a la información. Bardin indica que “se puede plantear la hipótesis de que el mensaje expresa y representa al emisor” (1991: 103).

En los temas de gran relevancia se dan dos características respecto de los generadores: 1. Intervienen un gran número de personajes; 2. De los personajes que intervienen muchos son actores de gran importancia. En la crisis objeto de este estudio se dieron ambas características, lo que confirió, aún una mayor relevancia a un tema que ya era importante, especialmente en el periodo denominado “madurez de la crisis”. Esta implicación de sectores relevantes de la sociedad mexicana contribuyó a que el tema formara parte de las agendas mediática, pública y política, puesto que los generadores formaban parte de esos ámbitos (mediático, político y público).

El acceso y la publicación en los medios de comunicación, en este caso, en los dos diarios analizados, son limitados, puesto que, como ya se explicó, no todos tienen

acceso a éstos. Son los medios los que deciden qué publican y qué no publican, así como a quién publican y a quién no publican, actuando como *gatekeeper* o guardabarreras. La única forma de publicar sin pasar por el filtro del medio en cuanto seleccionador de la información es mediante la inserción de publicidad o los llamados desplegados publicitarios. El generador paga al medio para que se publique lo que quiera.

En los nueve días o madurez de la crisis se contabilizaron un total de 52 actores o generadores de información, de los cuales generaron información desfavorable sobre el desafuero un total de 32; mientras 45 provocaron inserciones positivas. De forma particular, en *La Jornada* tuvieron acceso con sus puntos de vista 44 generadores de información; de éstos, 10 hablaron de forma desfavorable sobre el desafuero o López Obrador y 43 lo hicieron de forma positiva. Cabe destacar que el único generador que participó en el diario de izquierda y no habló de forma negativa fue la Suprema Corte de Justicia de la Nación, pero tampoco lo hizo de forma positiva, tuvo una participación y fue neutral. En el caso del rotativo de derecha se tiene que hizo uso de 47 actores que participaron en el retiro del fuero constitucional al gobernante capitalino, de los cuales, 32 lo hicieron de forma negativa y 28 de forma positiva. Los datos por si solos señalan que el diario de izquierda apoyaba a Andrés Manuel y el de derecha lo atacaba.

Por la amplitud del número de declarantes sobre el tema, se analizarán los de mayor importancia y que generan encuadres sobre el tema del desafuero de Andrés Manuel López Obrador. Cabe recordar que del total de inserciones sobre el desafuero, ‘935’ impactos 158 presentaron adjetivos, calificativos o adverbios negativos, de los cuales 29 se publicaron en *La Jornada* (18,4 por ciento) y 129 en *Reforma* (81,6 por ciento). Y, en cuanto a los positivos se recogieron 586 informaciones, 408 en *La Jornada* (69,6 por ciento) frente a 178 en *Reforma* (30,4 por ciento).

Cuadro No. 36
Generador-medio-sesgo

	<i>La Jornada</i>		<i>Reforma</i>	
	Negativo %	Positivo %	Negativo %	Positivo %
Andrés Manuel López Obrador	0,0	68,9	11,1	47,6
Vicente Fox Quesada	40,0	20,0	33,3	16,7
Secretaría de Gobernación	37,5	50,0	60,0	0,0
Gobierno Federal	0,0	100,0	100,0	0,0
PAN	0,0	100,0	100,0	0,0
PAN Senador	0,0	100,0	50,0	50,0

PAN Dirigencia Nacional	80,0	20,0	100,0	0,0
PAN Dirigencia DF	⁷⁸		100,0	0,0
PAN Diputado Federal			75,0	25,0
PAN DF			100,0	0,0
PAN Diputado DF			50,0	0,0
PRD	0,0	100,0	4,5	81,8
PRD Senador	0,0	87,5		
PRD Diputado Federal	0,0	85,7	12,5	62,5
PRD DF	0,0	100,0	0,0	72,7
PRD Diputado DF	0,0	100,0	0,0	33,3
PRD Dirigencia Nacional	0,0	83,3	0,0	100,0
PRD Dirigencia DF	0,0	100,0	0,0	100,0
PRI	71,4	14,3	75,0	25,0
PRI Senador	33,3	66,7	100,0	0,0
PRI Diputado Federal	9,1	36,4	57,1	42,9
PRI DF			50,0	50,0
PRI Diputado DF			100,0	0,0
PRI Dirigencia Nacional			0,0	0,0
PVEM	0,0	100,0	0,0	0,0
PT	0,0	100,0	0,0	100,0
Convergencia			0,0	100,0
Iglesia	0,0	60,0		
Iniciativa Privada	12,5	37,5	100,0	0,0
SNTE	0,0	100,0		
Encuesta	0,0	100,0	0,0	0,0
Medio	0,0	81,8	40,0	0,0
Columnista	0,0	78,4	47,6	33,3
Articulista	9,1	63,6	33,3	25,0
Caricaturista	0,0	81,1	93,3	0,0
Evento	0,0	96,3	17,6	64,7
Procuraduría General de la República	37,5	25,0	54,5	9,1
Especialista Jurídico	0,0	66,7	100,0	0,0
Otro medio	0,0	71,4	0,0	0,0
ONG	0,0	100,0		
Ciudadanos	0,0	100,0	26,2	63,1
Intelectual/Artista	0,0	89,5	0,0	66,7
Actor Extranjero	0,0	93,3	11,1	66,7
Comisión Nacional de Derechos Humanos	0,0	50,0	0,0	0,0
Organizaciones sociales	0,0	100,0	40,0	60,0
Gobierno Distrito Federal	0,0	87,5	0,0	57,1
Procuraduría General de Justicia del DF	0,0	75,0	0,0	100,0
UNAM	0,0	75,0	0,0	100,0
Suprema Corte de Justicia de	0,0	0,0		

⁷⁸ Los generadores o fuentes informativas con espacios en blanco no registraron participación ya sea en *La Jornada* o en el *Reforma*.

la Nación				
Asamblea Legislativa DF	0,0	77,8	18,2	45,5
Cámara de Diputados			60,0	0,0

Elaboración propia.

El principal involucrado en la crisis del desafuero es el propio Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, de quien se discutiría si se le retiraba el fuero constitucional. El político tabasqueño se convirtió en el segundo generador de información sobre el tema con 124 inserciones, de las cuales el *Reforma* presenta un mayor número, 63 impactos, frente a 61 de *La Jornada*, cuando se esperaría que fuera el diario más cercano a la ideología del gobernante capitalino el que le diera una mayor cobertura. Cuando se analiza la cobertura periodística con la variable de sesgo o atributo cambia el manejo de la información periodística por los medios de comunicación de acuerdo con su línea editorial y/o intereses.

En el diario de izquierda la información con atributos favorables o desfavorables se tiene que la generada por Andrés Manuel tiene características positivas, 68,9 por ciento, en ninguna ocasión es presentado de forma negativa. Caso contrario se suscita en el *Reforma*, en donde el propio López Obrador genera inserciones desfavorables para sí mismo, con un 11,1 por ciento con atributos negativos y 47,6 por ciento con positivos.

De las inserciones con atributos desfavorables generadas por el propio jefe de gobierno capitalino y publicadas en el diario de Alejandro Junco destacan por la alta valoración cualitativa periodística y por su sesgo. El 7 de abril, la noticia a 8 columnas presenta el titular: “Dice AMLO adiós. De desacato en desacato” (*Reforma*, 2005: 1). Para el 8 de abril, día que se publica la información sobre la aprobación de la Cámara de Diputados de retirar el fuero al Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, la noticia a 8 columnas y la fotografía principal presentan atributos desfavorables; la primera de ellas con el titular: “Cae AMLO y acusa” (*Reforma*, 2005: 1), y “...Va contra todos” (*Reforma*, 2005: 1). Ambos días presentan el principal marco de referencia utilizado por quienes estaban a favor de retirarle el fuero al jefe de Gobierno capitalino, de presentarlo como una persona negativa, problemática, violenta, en contra de la ley y las autoridades; que no respeta el estado de derecho.

Notas a 8 columnas generadas por Andrés Manuel López Obrador con atributos negativos

Reforma 7 y 8 de abril de 2005

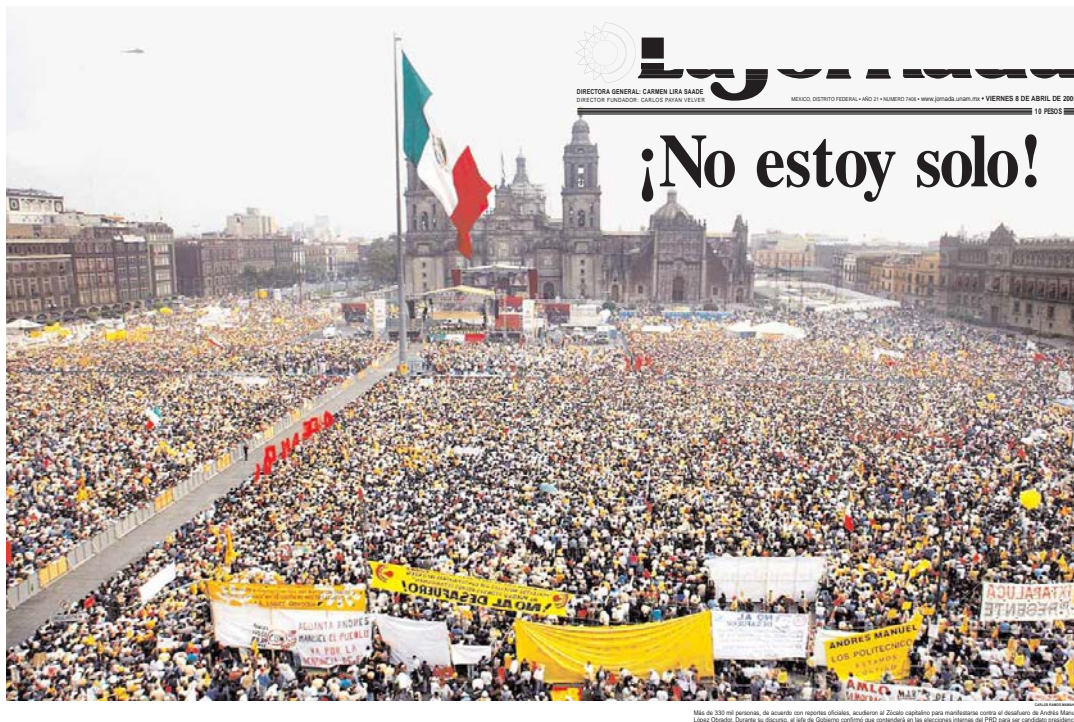


Desde el primer día de la crisis López Obrador hará uso de dos encuadres que se convertirán en los principales marcos de referencia: 1) el desafuero es un problema electoral, no jurídico; y 2) el Presidente de la República, Vicente Fox, y los partidos: Acción Nacional y el Revolucionario Institucional son los operadores del desafuero en su contra. Un tercer encuadre utilizado constantemente fue el de un fuerte apoyo ciudadano hacia el jefe de gobierno capitalino, como se presenta el 8 de abril de 2005, cuando el diario dirigido por Carmen Lira titula: “¡No estoy solo!” (*La Jornada*, 2005: 1).

Fotografía a 8 columnas en la “Falsa Portada” generada por Andrés Manuel López

Obrador con atributos positivos

La Jornada 8 de abril de 2005



El principal generador de información en el país, el Presidente de la República, Vicente Fox Quesada, a pesar de su poca participación se presentó en más ocasiones como generador con atributos desfavorables sobre el desafuero, con cuatro, dos inserciones en cada periódico. Por lo que respecta a las declaraciones con atributos favorables, suman dos, una por diario. A pesar de que Andrés Manuel López Obrador y su partido señalaban al Ejecutivo Federal de ser quien orquestó el retiro del fuero, Vicente Fox presenta una muy baja participación. En *La Jornada* una inserción negativa generada por Vicente Fox, el 2 de abril, se titula: “Hay buenas noticias, reiteraba Fox en Sinaloa. Recibió sonriente el aviso del sí al juicio de procedencia contra López Obrador” (*La Jornada*, 2005: 6). El 9 de abril se publica en el *Reforma* la nota informativa titulada: “Presume Presidente legalidad en México” (*Reforma*, 2005: 6), sobre el juicio de desafuero de Andrés Manuel López Obrador. El Presidente de la República busca establecer un doble contraencuadre o *reframing*: 1) es un asunto totalmente judicial y 2) son resoluciones de diputados, no del ejecutivo federal y de los partidos políticos. Estos marcos de referencia serían utilizados constantemente por los

legisladores, servidores públicos y miembros del partido del Presidente, Acción Nacional, por lo que se puede definir la existencia de una estrategia desde “Los Pinos”⁷⁹ en el tema del desafuero.

Nota informativa generada por Vicente Fox Quesada con atributos negativos

La Jornada 2 de abril de 2005

sábado 2 de abril de 2005 → Política → Hay buenas noticias, reiteraba Fox en Sinaloa
Recibió sonriente el aviso del sí al juicio de procedencia contra López Obrador

Hay buenas noticias, reiteraba Fox en Sinaloa

CLAUDIA HERRERA BELTRAN ENVIADA

Mazatlán, Sin., 1° de abril. Cuando un elemento del Estado Mayor Presidencial le entregó la tarjeta, el presidente Vicente Fox dibujó una leve sonrisa. Eran las 4 de la tarde con 35 minutos, a esa hora ya se había aprobado el juicio de procedencia para el desafuero del jefe de Gobierno capitalino, Andrés Manuel López Obrador.

Desde ese momento, el ambiente de alegría que privó en la gira, en la que Fox prodigó en todo momento bromas, sonrisas y conversó extensamente con quien lo abordaba, pareció intensificarse. Ante las preguntas de los reporteros sobre el tema, salió al paso diciendo que a él no le correspondía opinar. “Ya habrá un boletín al ratón”.

Elijo hablar del asunto, pero en el discurso que pronunció 10 minutos después de que fue enterado del sí al juicio de procedencia se declaró entusiasmado.

“Veo un país con instituciones fuertes, capaces de resolver el problema que se les presente, así sea el más grande y que parezca irresoluble.”

Ni las reiteradas manifestaciones en favor de López Obrador que se dieron en diversos puntos del estado de Sinaloa lograron menguar el evidente buen ánimo que tenía el Presidente. “Hoy hay muy buenas noticias”, repetía en sus mensajes.

Desde la mañana, el día parecía tener buenos augurios para Fox. De manera inusitada acudió a saludar a los reporteros a la parte trasera del avión presidencial, y soltó la primera broma: “Yo pensé que a mí me subían primero”.

Aun cuando en Bahía de Bandera, Nayarit, empresarios hoteleros se quejaron de la falta de carreteras y de las trabas jurídicas para el funcionamiento de una marina, el mandatario continuó de buen ánimo. Aseguró que se han rebusado, “con mucho”, las metas que su gobierno, y este año “pinta igual de bien”.

Desde este acto, el primero de la gira que abarcó los estados de Nayarit y Sinaloa, el tema del desafuero estuvo presente. Antes de retirarse del lugar, una mujer que esperaba detrás de las vallas cuestionó al Presidente si el asunto del desafuero era motivo de tensión económica para el país.

Un niño que llamó a Fox lo ayudó a salir al paso.

El Presidente se acercó al pequeño, quien le extendió los brazos, y exclamó: “¿Qué pasó m’ijo, cómo estás?”, y sin dejar de mirar a la mujer respondió que su “verdadero motivo de preocupación” eran precisamente los chiquillos. “Para ellos queremos un México mejor, lleno de escuelas, sin pobreza, con justicia, un México donde puedan crecer con orgullo y con dignidad”.

En el siguiente punto, en la inauguración del tramo carretero Punta Mita-Sayulita, en Nayarit, una treintena

Nota informativa generada por Vicente Fox Quesada con atributos negativos

Reforma 9 de abril de 2005



⁷⁹ “Los Pinos” es el nombre que se le da a la residencial oficial del Presidente de México, como en Estados Unidos es “La Casa Blanca” y en España “Palacio de La Moncloa”.

De los impactos positivos generados por Vicente Fox, en el diario dirigido por Carmen Lira, el 6 de abril, la declaración del Ejecutivo Federal fue encauzada al sector financiero, y subrayaba que el desafuero no generaba problemas económicos en el país: “Los mercados financieros, sin problema alguno, sostiene Fox” (*La Jornada*, 2005: 1). Por su parte, el periódico de Alejandro Junco presentó el 7 de abril información del Ejecutivo Federal a favor de López Obrador con el mismo encuadre, económico, bajo el titular: “Confía Vicente Fox que siga la estabilidad” (*Reforma*, 2005: 8).

Nota informativa generada por Vicente Fox Quesada con atributos positivos

La Jornada 6 de abril de 2005

miércoles 6 de abril de 2005 → Política → "Vamos por el camino correcto", asegura Fox
Gritos de jóvenes en el ITESM en favor de López Obrador

"Vamos por el camino correcto", asegura Fox

CLAUDIA HERRERA BELTRAN

Para el presidente Vicente Fox este es un buen momento para invertir en México, porque los indicadores económicos han demostrado que "vamos por el camino correcto", y celebró que la tasa de desempleo en el país sea de 3.8 por ciento, la más baja de Europa y América Latina.

Las políticas aplicadas en favor de la estabilidad económica y la disciplina financiera "pagan y pagan bien", afirmó ante autoridades, académicos y estudiantes del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), campus ciudad de México.

Como en las semanas recientes, el tema del proceso de desafuero contra el jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, se hizo presente en un acto del mandatario federal. Cuando concluyó la ceremonia de inauguración del Centro de Desarrollo Empresarial y Tecnológico-Cemes, en el ITESM, seis jóvenes lanzaron un tímido grito de rechazo al proceso que se sigue contra el político tabasqueño.

"No al desafuero", exclamaron los estudiantes y después alzaron un folder con la misma consigna escrita, pero el Presidente de la República ya no los vio, porque se había alejado del lugar en compañía de Lorenzo Zambrano, el empresario regionalista dueño de Cementos Mexicanos.

Durante la inauguración de este centro, que reunió en un solo espacio laboratorios de ciencias sociales e ingeniería, centro de medios y salones de cómputo, el mandatario insistió en su visión optimista de la situación económica del país.

"Este es el momento de invertir para generar ocupación productiva y crecimiento económico; éste es el momento para invertir en capital humano", afirmó. Aseguró que los mercados financieros están respondiendo favorablemente a la estabilidad económica que se ha logrado en cuatro años de trabajo conjunto, y que las cifras más recientes de inversión así lo demuestran.

La inversión fija creció en 12 por ciento el último trimestre de 2004, y en los meses de enero y febrero de este año la importación de bienes de capital -como maquinaria y equipo- creció 19.5 por ciento.

Estos indicadores, insistió, nos muestran que México va por el camino correcto, que la estabilidad económica y la disciplina financiera presupuestal "pagan y pagan bien" en el crecimiento de la economía.

Ante la comunidad académica de esta institución privada, Fox aseguró que México está dando un "gran salto cualitativo" en materia de calidad educativa gracias al millón de becas que ha otorgado su gobierno para estudiantes de bachillerato, licenciatura y posgrado.

Indicó que en los cuatro años de su administración la matrícula de educación pública ha crecido 7.7 por ciento, mientras que la población general aumentó a una tasa de 5.5. Además, se han abierto 64 nuevas instituciones de educación superior, y anunció que el programa Enciclomedia se utilizará a partir del

Nota informativa generada por Vicente Fox Quesada con atributos positivos

Reforma 7 de abril de 2005

REFORMA

Confía Vicente Fox que siga estabilidad

Ismael Márquez
(07-abril-2005) -

En la víspera del proceso de desafuero contra Andrés Manuel López Obrador, el Presidente Vicente Fox afirmó que su gobierno mantendrá la estabilidad del país.

Dijo sentirse muy confiado de que se continuará trabajando en el marco de una democracia que reconoce las libertades, la pluralidad y la participación ciudadana.

Fox insistió en que la estabilidad del país se encuentra garantizada y que mientras en el plano económico los indicadores aseguran que este será un buen año, los programas sociales avanzan porque los gobiernos federal, estatales y municipales trabajan en equipo y en unidad.

Por la noche los voceros de Los Pinos, Gobernación y PGR se reunieron para afinar la estrategia de comunicación de este día.

Antes, por la mañana, en la ciudad de México, reunido con la dirigencia de la Confederación de Cámaras de Comercio, el Presidente Fox se comprometió a garantizar la estabilidad nacional y antejó a los esfuerzos de todos al que se instale "sólidamente entre nosotros, un crecimiento económico sostenido".

"Mantendremos la estabilidad", ofreció a los empresarios.

Y confió en que con el respaldo de la Iniciativa Privada continuará promoviendo las reformas y los cambios estructurales pendientes para desplegar el potencial de la economía e impulsar su competitividad.

De gira por Aguascalientes, donde puso en marcha la primera fase del Programa Enciclomedia, Fox aseguró que los mexicanos se encuentran trabajando en unidad.

"Estamos trabajando en todo el país con unidad, estamos trabajando para construir un futuro mejor para nuestros hijos, estamos trabajando dentro de una democracia con el goce pleno de libertades, con el reconocimiento total a la pluralidad y con la participación de todos y cada uno de los ciudadanos", expresó.

Mientras pronunciaba su discurso en la comunidad de Bandovalles, en el municipio de El Llano, en Aguascalientes, un grupo de periodistas lo interrumpió con consignas de "No al desafuero" de Andrés Manuel López Obrador.

El Presidente puso atención a los gritos, sonrió, levantó las cejas y enseguida continuó hablando de los bonifides del programa Enciclomedia.

"Me han dado un día feliz el día de hoy visitando esta comunidad, aquí hasta los mequiles se ven diferentes, basta ver este precioso árbol aquí frente a la escuela", dijo antes de la interrupción.

Los periodistas que lograron entrar y protestar frente a la escuela que Fox visitó, lo hicieron escondidos en la camioneta del diputado local Abel Sánchez, quien también escondió dos montes en su camioneta.

Con información de Manuel Appendini
Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

Para evitar una confrontación directa contra López Obrador, el Presidente Fox hace uso de las dependencias bajo su mando, principalmente la Procuraduría General de la República (PGR) con 10 inserciones en *La Jornada* y 7 en el *Reforma*; de las cuales, 6 fueron negativas y 4 positivas en el diario de izquierdas, mientras que el de derecha admitió 6 desfavorables y una favorable.

Ejemplo de la información generada por la PGR en *La Jornada* es el 2 de abril cuando titula: “Se reivindica la Ley frente a actos anárquicos, dicen Espino y Macedo” (*La Jornada*, 2005: 1); el *Reforma* el 8 de abril presentaba la información con el texto: “Afirma Vega que López Obrador miente para lograr impunidad” (*Reforma*, 2005: 1). La Procuraduría General de la República enmarcaba el tema del desafuero como una acción ajustada a la ley, que evitaba el abuso de poder y demostraba la rectitud de las instituciones; además que indicaba que se trataba de un problema jurídico, contrario a lo manejado por López Obrador y los perredistas.

Nota informativa generada por la Procuraduría General de la República con atributos negativos

La Jornada 6 de abril de 2005

sábado 2 de abril de 2005 → Política → La gente debe apoyar decisión de la instructora, afirma Espino
"Canallada" si López Obrador busca inestabilidad, dice

La gente debe apoyar decisión de la instructora, afirma Espino

GEORGINA SALDIERNA

El dirigente nacional del PAN, Manuel Espino Barrientos, convocó ayer a la ciudadanía a respaldar la decisión que tomó la sección instructora en el sentido de aprobar el desafuero del jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, por tratarse de un acto que "reivindica la legalidad frente a actitudes anárquicas, autoritarias y antidemocráticas".

En momento, dijo, de que todos "defendamos el estado de derecho e impulsemos acciones decididas que obliguen a todas las autoridades sin excepción a respetar el marco legal y evitar el atropello a los ciudadanos".

Durante una conferencia de prensa, Espino Barrientos señaló que el CEN del PAN observa con respeto la decisión adoptada por la sección instructora, y reiteró que el dictamen es un mero trámite en el procedimiento que solamente corresponde decidir en definitiva al pleno de la Cámara de Diputados y, en su caso, al juez de la causa.

El Comité Ejecutivo Nacional panista confía plenamente en el sentido de responsabilidad con el que habrá de decidir este asunto el grupo parlamentario del PAN, y espera que de igual manera actúen los demás diputados federales, puntualizó.

Consideró que una persona como López Obrador puede intentar generar inestabilidad en la sociedad con las manifestaciones a las que convocó, lo cual, subrayó, resultaría "una verdadera canallada".

Según el jefe nacional panista, "es una canallada tratar de poner al pueblo de parapeto para defenderse de sus fechorías. Este hecho de convocar a movilizaciones para respaldar la ilegalidad de Andrés Manuel López Obrador desmiente su trillado discurso de honestidad valiente".

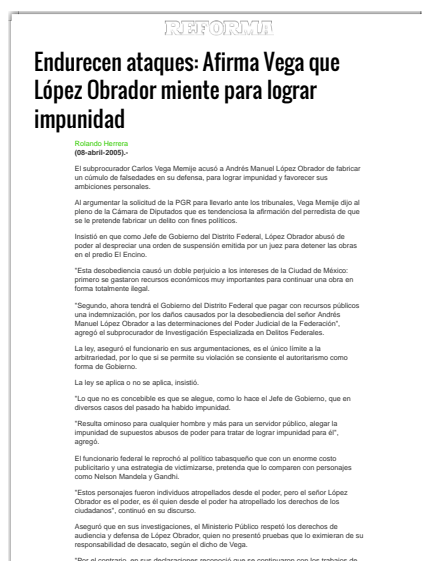
Luego de defender el trabajo que hizo el diputado panista Alvaro Elías Loredó como integrante de la sección instructora -quien a decir del perredista Horacio Duarte no conocía a profundidad el expediente y votó siguiendo las instrucciones de la PGR-, Manuel Espino Barrientos lamentó que se pretenda dar un enfoque político a un tema que merece ser visto como un asunto estrictamente jurídico.

"No nos parece que se cuestione esta resolución por razones políticas. Si René Bejarano fue presentado ante el juez por llevarse dinero a la mala, por qué cuestionar el que se lleve a su jefe ante el juez por haber agredido y dañado los bienes de un ciudadano que estaba protegido por la justicia federal y a quien Andrés Manuel López Obrador estaba obligado a respetar. Es muy sencillo entender que este es un tema eminentemente jurídico y que se ha dado un paso en razón de la justicia, no de *vendettas* políticas", subrayó.

Ante los señalamientos de analistas políticos en el sentido de que el fallo en favor del desafuero significa un golpe a la democracia mexicana, el dirigente panista refirió que no hay democracia sin respeto al estado de

Nota informativa generada por la Procuraduría General de la República con atributos
negativos

Reforma 8 de abril de 2005

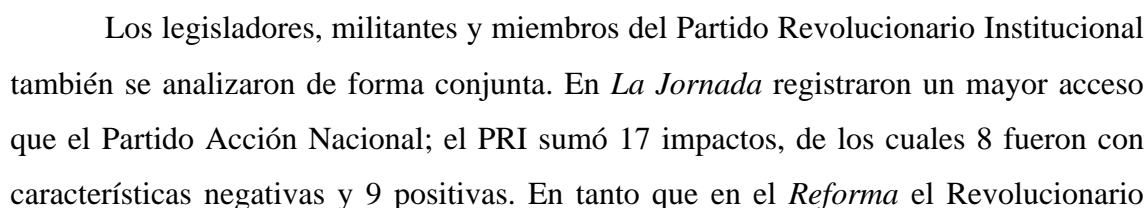


Para un mejor análisis se conjuntó en la variable de Partido Acción Nacional la información sobre el desafuero generada por los legisladores locales y federales, senadores, dirigencia nacional y local, así como de los miembros del propio partido, quienes en conjunto en el diario de izquierda sumaron 11 impactos, de los cuales 4 fueron negativos y 7 positivos. En el diario de derecha se le dio mayor acceso a los panistas y alcanzaron 16 inserciones, pero al analizar los atributos en la información, es totalmente contraria al comprarla con *La Jornada*, ya que se registran 14 impactos negativos y 2 positivos.

Los encuadres negativos de la información por Acción Nacional señalaban a un López Obrador problemático, lioso, que no respeta la ley y las instituciones. El 3 de abril *La Jornada* lo demuestra con el subtítulo de la nota del dirigente nacional del PAN: "Manuel Espino calificó de arrogante al tabasqueño" (*La Jornada*, 2005: 12). Por su parte, el *Reforma* el mismo día encabezaba la información con el *framing* de violentos y agresivos a militantes y simpatizantes del PRD: "Denuncia PAN agresiones por dictamen" (*Reforma*, 2005: 38).

La Jornada 3 de abril de 2005

Reforma 3 de abril de 2005



Institucional sumó el mismo número de inserciones que el PAN, 16, de las cuales 11 fueron negativas y 5 positivas.

Los priistas que eran señalados por el jefe de gobierno capitalino y por el PRD de trabajar de forma conjunta con Acción Nacional para promover el desafuero, en el diario de izquierda presentan un mayor número de impactos positivos, contrario a lo publicado por el rotativo de la familia Junco. Los encuadres manejados por el PRI en la crisis del desafuero coinciden con el del Presidente Vicente Fox y Acción Nacional: de presentar a Andrés Manuel y al PRD como conflictivos; y que el desafuero es un asunto judicial, no electoral, como se aprecia en las siguientes noticias. En *La Jornada* el 2 de abril se titula “Desalojan la sede nacional del PRI. Temen agresión” (*La Jornada*, 2005: 11). El diario de derecha encabezaba ese mismo día: “Acreditan el desacato. La priista Rebeca Godínez señaló que está completamente acreditada la desobediencia al Juez” (*Reforma*, 2005: 4).

Nota informativa generada por el Partido Revolucionario Institucional con atributos negativos

La Jornada 2 de abril de 2005

sábado 2 de abril de 2005 → Política → Desalojan la sede nacional del PRI

Temen agresión

Desalojan la sede nacional del PRI

CIRO PEREZ SILVA

Apenas anunciada la procedencia del juicio de desafuero en contra del jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, la dirigencia nacional del PRI emitió un comunicado en el que avala el voto en favor de este procedimiento de sus diputados en la sección instructora.

Más tarde, las instalaciones de la sede nacional del *tricolor* fueron desalojadas ante la amenaza de un grupo de perredistas de *tomar* el edificio del PRI, por lo que se solicitó la presencia de un grupo de granaderos en los alrededores del local de Insurgentes para evitar cualquier confrontación.

En su comunicado, el Comité Ejecutivo Nacional (CEN) priista considera que la resolución de los diputados de este partido, Rebeca Godínez y Francisco Frías, ambos integrantes de la sección instructora, fue una decisión basada estrictamente en técnica jurídica, apegada a la legalidad y al estado de derecho.

Ante las acusaciones del PRD, en el sentido de que el voto de los priistas fue orientado por la dirigencia nacional, por encima de consideraciones jurídicas, el CEN del *tricolor* sostiene que “se mantuvo en todo momento al margen” de la decisión tomada por los diputados Godínez y Frías, “quienes merecieron el respeto íntegro del prisma en cuanto a la orientación de su voto”.

Este instituto político anunció que “refrenda su compromiso con la defensa de las instituciones republicanas que garantizan la estabilidad del país, la gobernabilidad, y el absoluto respeto a la legalidad y al estado de derecho”.

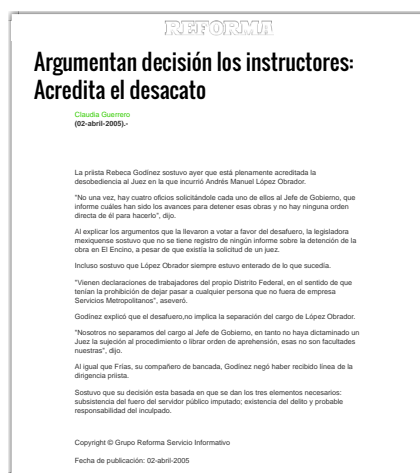
Mencionó que para el PRI, “ninguna autoridad, puede utilizar su fuero para vivir en la impunidad”.

[Agregar un Comentario](#)

Copyright © 1996-2015 DEMOS, Desarrollo de Medios, S.A. de C.V.
Todos los Derechos Reservados.
Derechos de Autor 04-2005-011817321500-203.

Nota informativa generada por el Partido Revolucionario Institucional con atributos
negativos

Reforma 2 de abril de 2005



El segundo partido al que imputaba Andrés Manuel López Obrador de ser el operador de su desafuero, el Revolucionario Institucional, también generó información a favor del jefe de gobierno capitalino con nueve impactos. En *La Jornada* y en el *Reforma* el encuadre es la división interna del PRI, que favorecía a López Obrador. *La Jornada* publica “Confirman los 65 cenecistas en San Lázaro rechazo a la inhabilitación” (*La Jornada*, 2005: 1); y el *Reforma*: “Llega PRI fracturado para votar desafuero” (*Reforma*, 2005: 6) y “Rehúsan en PRI votar en bloque por el desafuero” (*Reforma*, 2005: 7).

La Jornada 3 de abril de 2005

domingo 3 de mayo de 2005 -> Política -> Pide Bartlett a diputados priistas no acatar "línea" de Madridro

Pide Bartlett a diputados priistas no acatar "línea" de Madridro

ANDREA BECERRIL

La decisión de la sección instructora de dictaminar en favor del juicio de desahucio del jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, no fue jurídica, sino política, señaló el senador priista Manuel Bartlett Díaz, y pidió a los diputados de su partido votar en contra de tal resolución, que sólo desprestigiaria a los priistas ante la nación.

"Si el dirigente nacional de la PRI va a lo suyo, no la debe acatar, sino votar en conciencia, porque Roberto Madrazo sólo busca beneficiarse con miras a su candidatura presidencial para 2006", agregó Bartlett. Se refirió al líder de la Confederación Nacional Campesina, Helado Rameréz, cuya decisión y hecho pública la determinación de que los 65 diputados de ese sector votarán en contra del desahucio.

Agregó que la postura ideológica de Helado Rameréz es "digna e impecable", porque demuestra que "en el PRI no sólo compungas ni líneas incorreables, irreflexivas y acortadas", y menos cuando se trata de avalar "la persecución del presidente Vicente Fox contra el jefe de Gobierno, a la que he sumado Madridro".

Bartlett reconoció que desde que se planteó la inhabilitación de López Obrador por el caso del predio El Encino, él se manifestó en contra, y fue jurídicamente no procede y políticamente un absurdo y un acto inhumano que data al principio.

Después de conocer los argumentos que se esgrimen en el dictamen de la sección instructora -con dos votos a favor y uno del contrario-, el legislador priista consideró que se trataba de una decisión política, no jurídica, que de manera "vergonzosa" ha venido impulsando el presidente Fox.

"Se ha hecho toda una campaña en torno a este asunto, se ha argumentado que nadie pueda estar en contra por encima de la ley, que es el estado de derecho, pero con esa determinación lo que se hace precisamente es violentarla, así como al trazo de derecho".

Se trata, insistió, de una persecución para sacar de la contienda presidencial al jefe de Gobierno del Distrito Federal, para lo cual, con la complicidad de Madridro, llevó al extremo la situación, a la decisión política más grave que se ha tomado en el sexenio.

"Yo espero por ello que los diputados del PRI voten contra el desahucio, una vez que la Cámara de Diputados se instale en jornada de procedencia, porque lo de contrario va a desprestigiar al partido".

A su juicio, los diputados del PRI deben votar en consideración que el voto en favor del desahucio quita a López Obrador de la función que ejerce ahora, como jefe de Gobierno, a la que llegó por mandato de millones de mexicanos.

Los diputados del PRI "deben dar cuenta de la trascendencia de la decisión que habrán de tomar, porque

Reforma 2 de abril de 2005

Rechúzan en PRI votar en bloque por el desafío

Clasica Guerrero
(17-avril-2016).

En medio de la operación priista para sacar un voto en bloque, la bancada del magisterio manifestó abiertamente sus dudas sobre la procedencia del abstencionismo en contra del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador.

Los diputados del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE), Guillermo Antónaga, Leticia Guzmán, Sonia Reinos y Mónica Jiménez, confirmaron que no tienen acuerdo para votar unidos.

Antónaga admitió incluso que no tienen porque votar a ciegos y por línea a favor del desafío, sólo porque los priistas de la Secretaría Instrumental, confirmaron que no tienen acuerdo para votar unidos.

"Se'y priista, contra un partido unido, pero es tiempo de ver qué va primero y el que otro cree que para mí primero está el país", dijo.

Guzmán se pronunció por analizar las consecuencias que para el país y para el sistema democrático tendrá el eventual desafección de López Obrador.

"Los maestros, aquí que la bancada del PRI, estamos divididos. Lo mismo le pasó a los comfitecos de la CNDP, que también fueron una posición en contra, sabemos que ya los han habido los Gobernadores para hablar del 'no', confiamos".

Ayer por la mañana los diputados del magisterio intervinieron deliberar pero acordaron la abstención a Eba Esther Gudiño a lo largo de la tarde para conocer su posición. Hasta el cierre de este informe, los legisladores continuaban reunidos y sin decisión.

Uno de los diputados, que pidió no ser votado, informó que en un ejercicio de votación, los dos maestros 10 votaron a favor del desafío, seis en contra y cuatro se abstuvieron.

El diputado Enrique Burgos, integrante del Sector Obrero, adelantó que el voto por el desafío es una "decisión política, que debe verse en función de la estabilidad, la viabilidad y la gobernabilidad del país".

"Es una falsa disyuntiva de decir: el que está a favor del desafío, está favor del Estado de Derecho y quien está en contra del desafío, está en contra, esa es una disyuntiva engañosa", afirmó.

Calabidos

En un último intento por convencer a la bancada comunista, el coordinador parlamentario del PRI, Emilio Chuayfret, dijo ayer con el líder de la Confederación Nacional Campesina (CNC) Hualdo Ramírez:

Fuertes del sector histórico que después de más de una hora de plática, el dirigente acordó a dejar a sus 45 diputados en libertad, para que voten en conciencia.

y 17 del priismo; además de que la totalidad de las inserciones son positivas. Por lo que respecta al *Reforma*, también alcanza una gran cobertura con 40 publicaciones, al compararlas con las 16 del PAN y el mismo número del PRI. Asimismo, cuando los perredistas ingresaban al periódico de la familia Junco lo hacían de forma favorable, con 38 inserciones positivas y solamente 2 negativas.

Los dos impactos desfavorables que se publican en contra del jefe de Gobierno de la capital mexicana por perredistas se presentan en el *Reforma* el 3 y 6 de abril. En cuanto al encuadre se dirigía a los simpatizantes del sol azteca a quienes presentaba como liosos y violentos, el diario de Alejandro Junco titula la noticia: “Invaden cruce con protesta” (*Reforma*, 2005: 7). El segundo es una fotografía en la portada del *Reforma*, la cual es una protesta por los diputados federales del PRD en la Cámara de Diputados que presenta el siguiente pie de foto: “Hacen carpa. De San Lázaro. Diputados perredistas tomaron la tribuna de la Cámara para desplegar mantas en contra del desafuero de AMLO” (*Reforma*, 2005: 1).

Nota informativa generada por el Partido de la Revolución Democrática con atributos negativos

Reforma 2 de abril de 2005



Fotografía a 8 columnas generada por el Partido de la Revolución Democrática con atributos negativos

Reforma 6 de abril de 2005



Los impactos positivos de los perredistas se enmarcaron principalmente en presentar a la crisis como una conspiración político-electoral por el Gobierno Federal, su partido Acción Nacional y el Partido Revolucionario Institucional en contra de López Obrador, para que no llegara a ser candidato de la izquierda en la elección presidencial de 2006, lo cual se ve reflejado en dos titulares: “Golpe a la transición democrática y a la izquierda, afirma Godoy” (*La Jornada*, 2005: 7), y “Exhiben alianzas ‘sinistras’ del gobierno de Fox” (*La Jornada*, 2005: 36). Ese mismo *framing* se presentaba a través de dos inserciones pagadas, un cintillo y un cuarto de plana, el primero de ellos publicaba: “No al desafuero” (*La Jornada*, 2005: 12), por el Comité Ejecutivo Estatal del PRD, quien llama a una reunión siendo el único punto el Plan de Acción en defensa de los derechos políticos de Andrés Manuel López Obrador; y la segunda con el escrito: “Convocatoria al 20° Pleno con carácter Extraordinario del V Consejo Nacional” (*La Jornada*, 2005: 14) donde se abordará la “Situación política nacional y Plan de Resistencia Civil Pacífica contra el desafuero de Andrés Manuel López Obrador”. Asimismo, los perredistas buscaban establecer el *contraframing* de un partido tranquilo y respetuoso de la ley.

Nota informativa generada por el Partido de la Revolución Democrática con atributos positivos

La Jornada 2 de abril de 2005

2 de abril de 2005 → Política → Golpe a la transición democrática y a la izquierda, afirma Godoy
Acto a todas luces ilegal, sostiene el dirigente del PRD

Golpe a la transición democrática y a la izquierda, afirma Godoy

CIRO PEREZ SILVA

Con el voto en favor del desafuero de Andrés Manuel López Obrador, los diputados del PRI y el PAN integrantes de la sección instructora en la Cámara de Diputados "han asestado un golpe a la República, a la transición democrática de nuestro país y a la izquierda mexicana", sostuvo el dirigente nacional del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Leonel Godoy Rangel.

Al dar lectura a un pronunciamiento en la sede nacional de este partido, rodeado por los coordinadores parlamentarios, Pablo Gómez y Jesús Ortega; por el dirigente perredista en el Distrito Federal, Agustín Guerrero, y el dirigente capitalino electo, Martí Batres; Leonel Cota, en su carácter de líder nacional electo del PRD, delegados y legisladores, para enfatizar la unidad de este partido en torno a la defensa de López Obrador, pero con la notable ausencia de Cuauhtémoc Cárdenas, Godoy advirtió que este hecho "quedarán en la historia de México como un acto injusto y a todas luces ilegal".

Habían pasado más de dos horas desde que se anunció en el Palacio Legislativo de San Lázaro que ha lugar al juicio de procedencia en contra del jefe de Gobierno del Distrito Federal. El dirigente perredista se trasladó al auditorio Valentín Camps para dar a conocer el pronunciamiento del Comité Ejecutivo Nacional del PRD sobre la decisión de la instructora.

Godoy Rangel sostuvo que a través de argumentos fallos y sin fundamento, esta resolución que avalaron los legisladores del PRI y el PAN "busca impedir que un mexicano ejerza su derecho a ser votado, ya que detrás de esa decisión hubo una clara valoración política y no jurídica".

Condenó que el tricolor y el blanquiazul no hicieran caso a los pronunciamientos de diversos sectores de la opinión pública nacional, sobre todo del Distrito Federal, de actuar con prudencia en esa decisión tan importante. "Actuaron por consigna", reñó Godoy, antes de anunciar que mañana, en el pleno extraordinario del Consejo Nacional del PRD, se presentará la propuesta del plan de resistencia civil pacífica contra el desafuero de López Obrador.

Godoy advirtió que "ante tal aberración y monumento a la injusticia", el PRD hace un llamado a sus militantes y a los mexicanos para que, "haciendo uso legítimo de las garantías constitucionales, nos manifestemos pacíficamente en la magna concentración que se realizará el día que la Cámara de Diputados se instale en jurado de procedencia. Esta acción es el inicio de una larga lucha por la defensa de la democracia y la legalidad de nuestro país. Una lucha de resistencia civil y pacífica por la verdadera transformación de México".

En el pronunciamiento, el dirigente aseveró que quienes hoy hablan de legalidad y estado de derecho han dejado de lado muchos casos de injusticia e impunidad. "Nunca se castigó a los culpables de las matanzas de 1968 y 1971. Nunca se castigó a los responsables de las masacres de Aguas Blancas y Acteal. Nunca se castigó a los asesinos de los más de 600 perredistas caídos durante el salinato y tampoco ha existido castigo a

Desplegado publicitario comprado por el Partido de la Revolución Democrática con atributos positivos

La Jornada 6 de abril de 2005

DESAFUERO

■ Condena el "golpe bajo" contra López Obrador
La CNTE decide no participar en protestas

El dirigente nacional del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Leonel Godoy Rangel, anunció que el partido se opone a cualquier tipo de manifestación que implique la participación de la CNTE en protestas contra el desafuero de Andrés Manuel López Obrador. Godoy afirmó que el PRD considera que el uso de la fuerza por parte de la CNTE es una violación a la legalidad y a la democracia.

NO TE DEJES ENGAÑAR
ANDRÉS MANUEL ES INOCENTE
POR LA LEGALIDAD TODAS Y TODOS AL ZÓCALO
JUEVES 7 DE ABRIL 8 DE LA MAÑANA

LA PGR CONTEA EL PEJE

¡NO AL DESAFUERO!
PRD

En el *Reforma* los miembros del Partido de la Revolución Democrática generan los mismos encuadres que en el diario de la cooperativa: 1) resumir el desafuero como

un problema político-electoral; 2) señalar al Presidente de la República y al partido de éste como los responsables del desafuero; además del *framing* 3) demostrar el apoyo ciudadano y cohesión interna en el PRD con el jefe de gobierno de la capital mexicana. Ejemplo es el titular del 2 de abril: “Vuelcan los perredistas apoyo a López Obrador” (*Reforma*, 2005: 4). El día que se discute en la Cámara de Diputados el desafuero de López Obrador, el 7 de abril, destaca considerablemente la casi nula presencia en el *Reforma* de los perredistas, quienes solamente se hacen presentes en una ocasión, la cual es a través de una inserción pagada, en media página, con el texto: “CC. Diputados y diputadas: ¿Hoy por quién van a votar? Francisco I. Madero – Victoriano Huerta. ¡No al desafuero!” (*Reforma*, 2005: 13).

Nota informativa generada por el Partido de la Revolución Democrática con atributos positivos

Reforma 2 de abril de 2005



Desplegado publicitario comprado por el Partido de la Revolución Democrática con atributos positivos

Reforma 7 de abril de 2005

Reactivan operativos en Juárez

Gobernantes avanzan a la democracia por el camino de la concordia

El Colegio Nacional
ATENCIÓN AVISO:

El Consejo Rector de El Colegio Nacional, en previsión al libre acceso a su edificio sede, ha decidido proponer la ceremonia de INGRESO del doctor Enrique Kravitz, al miércoles 27 de este mes de abril, a las 19:00 horas.

LIBERTAD POR EL SABER

CC. DIPUTADOS Y DIPUTADAS:
¿HOY POR QUIÉN VAN A VOTAR?

Francisco I. Madero
Victoriano Huerta

¡NO AL DESAFUERO!

PRD

El 6 de abril destacan una infografía y una nota informativa, las cuales a pesar de abordar la misma información y presentarse una arriba de otra, la primera de ellas contiene atributos favorables: “Plan de acción. Seis organizaciones campesinas protestarán contra el Desafuero de Andrés Manuel López Obrador y el incumplimiento del pacto agrario” (*Reforma*, 2005: 7); la segunda presenta características negativas: “Amenazan campesinos con bloqueos” (*Reforma*, 2005: 7).

Reforma 6 de abril de 2005

Plan de acción
El presidente de la Cámara de Diputados, José María Camacho, acusó a la Secretaría de Gobernación de espionaje y de haber irrumpido en su casa. Camacho dijo que los sujetos que irrumpieron en su casa eran miembros de la Secretaría de Gobernación y que los acusó de haber estado en su casa para obtener información sobre el gobierno.

Acusa Camacho espionaje; irrumpen sujetos en su casa
Presunta legislador denuncia el uso del MP y responsabilidad al Gobierno de cualquier espionaje.
El presidente de la Cámara de Diputados, José María Camacho, acusó a la Secretaría de Gobernación de espionaje y de haber irrumpido en su casa. Camacho dijo que los sujetos que irrumpieron en su casa eran miembros de la Secretaría de Gobernación y que los acusó de haber estado en su casa para obtener información sobre el gobierno.

Amenazan campesinos con bloqueos
Los campesinos de la zona de San Juan de los Ríos, en el estado de Veracruz, amenazaron con bloquear la carretera que conecta a la zona con el resto del país. Los campesinos dicen que están protestando por la falta de servicios básicos y por la falta de atención por parte del gobierno.

Invaden cruce con protesta
Un grupo de personas invadió un cruce en la zona de San Juan de los Ríos, en el estado de Veracruz, para protestar por la falta de servicios básicos y por la falta de atención por parte del gobierno.

Lo vi... y pensé en Mí.
DAEWOO ELECTRONICS
Perfecto para ti.
www.daewoo.com.mx

Un actor de importancia que declaró sobre el desafuero de López Obrador fue la iniciativa privada. Por sí mismo el citado generador establece un *framing* económico-financiero en sus comentarios y cuenta con credibilidad en las audiencias. En la madurez de la crisis del desafuero la iniciativa privada se comportó conforme a la línea editorial del propio periódico. Por lo que respecta a las publicaciones positivas, suman tres los impactos, todos ellos se presentaron en *La Jornada*. El *framing* además de ser económico busca su internacionalización, como en las noticias del 6 y 10 de abril, las cuales titularon: “Ramírez de la O: inversionistas extranjeros sufren ya graves pérdidas” (*La Jornada*, 2005: 1), “Salieron del país \$5,100 millones en la semana previa al desafuero” (*La Jornada*, 2005: 8). El *Reforma* le da acceso a la IP en cinco ocasiones, todas ellas con atributos desfavorables, el 2 de abril la noticia generada por la iniciativa privada se titula: “Satisface a IP fallo de Instructora” (*Reforma*, 2005: 8). El diario de izquierda presenta un impacto negativo generado por la IP.

Nota informativa generada por la iniciativa privada con atributos positivos

La Jornada 6 de abril de 2005

mércoles 6 de abril de 2005 → Política → Inversionistas extranjeros se sienten engañados por el gobierno: experto

La posible inhabilitación de López Obrador crea un ambiente negativo: Ramírez de la O

Inversionistas extranjeros se sienten engañados por el gobierno: experto

Hay un clima de frustración similar al de 1995, dice el asesor de empresas que cotizan en Wall Street

ROBERTO GONZÁLEZ AMADOR



Acto nocturno en el Zócalo, en apoyo al jefe de Gobierno del Distrito Federal FOTO: José María González

La decisión del gobierno federal y del Partido Revolucionario Institucional (PRI) de llevar adelante el desafuero de Andrés Manuel López Obrador, jefe del gobierno capitalino, está creando "un ambiente bastante negativo" entre la comunidad de inversionistas extranjeros con intereses en México. "Hay una sensación de que fueron engañados, un clima de frustración como no se veía desde 1995", consideró Rogelio Ramírez de la O, presidente de la consultoría económica Ecanal y asesor en México de varias empresas que cotizan en Wall Street.

Desde el viernes pasado, cada reporte de las corredurías extranjeras a sus clientes se ha convertido en una crítica a los métodos políticos del gobierno y el PRI, que, coinciden los análisis, buscan sacar de la contienda presidencial al candidato con más nivel de aceptación popular, dice Ramírez de la O. Pero, apunta, el deterioro en la confianza de los inversionistas provocado por el caso de desafuero instrumentado por el gobierno del presidente Vicente Fox "está generando ya pérdidas cuantiosas a inversionistas extranjeros y eso los hace sentirse engañados, sentir que están viendo en el gobierno federal un rostro que se les había escondido".

Dice Ramírez de la O: "En 2003, la Secretaría de Hacienda presentó como uno de sus grandes logros la emisión de un bono de deuda a 20 años. La existencia de un papel gubernamental con vencimiento tan de largo plazo fue efectivamente un logro que, entre otras cosas, permitió el desarrollo actual del mercado hipotecario. Nueve de cada 10 dólares de ese bono fueron tomados por extranjeros. En los últimos tres días, por la volatilidad de los mercados financieros locales y la recomendación de las corredurías de reducir la exposición a papeles mexicanos, esos bonos han perdido las ganancias de dos años. Este hecho es una advertencia fuerte de la percepción de inseguridad que se ha generado por el proceso de desafuero".

El punto de los bonos a 20 años que permitieron desarrollar el mercado hipotecario no es menor. Los inversionistas los tomaron porque tenían la confianza de que tanto la economía como el sistema político caminaban por la estabilidad. Eso permitió que los bancos ofrecieran tasas de interés fijas para créditos hipotecarios. Las pérdidas de estos tres días quizá pongan fin o limiten la permanencia de tasas de interés accesibles. "Aquí ya hay un efecto directo de todo esto en la gente", dice Ramírez de la O.

El consultor económico, una de las voces mexicanas más conocidas entre los inversionistas de Wall Street, apunta: "Comienzo a ver ahora una reacción similar entre los inversionistas extranjeros a la de 1995. En

Nota informativa generada por la iniciativa privada con atributos positivos

Reforma 2 de abril de 2005



<p>Con fe y confianza de</p> <p>Olivares & Cia., S.C.</p> <p>Se otorga a la persona que otorga el dictamen</p> <p>EUGENIO RIQUELME VALDES</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p>	<p>Con fe y confianza de</p> <p>Juan José Galdámez Méndez</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p>	<p>Con fe y confianza de</p> <p>Roberto García Teruel</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p>
<p>Con fe y confianza de</p> <p>GUILLERMO LANDETA CABRERA</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p>	<p>Con fe y confianza de</p> <p>JAVIER LÓPEZ CAMPOS</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p> <p>Revisor de cuentas públicas y privadas</p>	

En los días de madurez de la crisis los principales generadores de información sobre el desafuero de López Obrador fueron los ciudadanos, con 123 impactos en los dos medios con atributos bipolares. Del total con sesgo negativo se registraron 17 y

todos ellos se presentan en el diario de Alejandro Junco; el diario dirigido por Carmen Lira no publica inserciones desfavorables por ciudadanos. Cabe aclarar que los ciudadanos con 17 inserciones negativas son el segundo actor con el mayor número de impactos desfavorables, solamente por debajo de los columnistas, que generaron 20. Por lo que respecta a los positivos fueron 106 inserciones, que se dividieron: 65, el 63,3 por ciento, en *La Jornada* y 41, el 38,7 por ciento, en el *Reforma*. El actor o generador de información con el mayor número de inserciones favorables en la madurez de la crisis del desafuero son los ciudadanos, participando principalmente en dos vertientes: a través de fotografías de las movilizaciones ciudadanas y en cartas a las redacciones de los diarios. El principal *framing* generado por los ciudadanos es del amplio apoyo social hacia el jefe de gobierno capitalino; así como el de presentarlo como un asunto electoral para las elecciones de 2006.

En el *Reforma* resalta el 6 de abril al sumar cuatro inserciones desfavorables a López Obrador por los ciudadanos, que se publican en Cartas al *Reforma*, las cuales se titulan: “Estrategia porril” (Rodríguez, 2005), “Qué soberbia” (Moreno Turrent, 2005), “El pagano” (Díaz Arteaga, 2005). Éstas presentan de forma directa calificativos como porro, soberbio y pagano, generando un encuadre totalmente negativo al jefe de gobierno capitalino y al PRD.

Cartas al *Reforma* generada por ciudadanos con atributos negativos

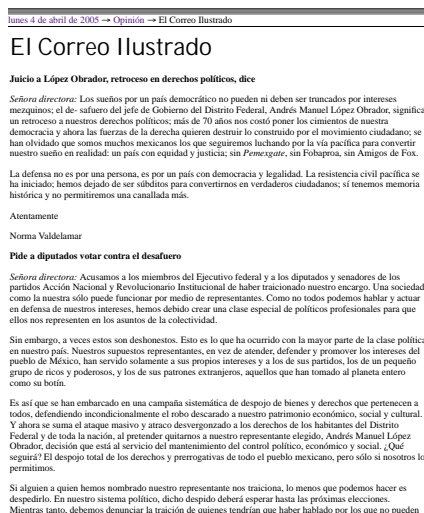
Reforma 6 de abril de 2005



El 4 de abril es un claro ejemplo de las acciones ciudadanas que tuvieron cobertura por *La Jornada*; ese día se contabilizan siete impactos, de los cuales cinco son cartas al Correo Ilustrado, un cartel elaborado por un ciudadano con el poema de Pablo Neruda al muralista Siqueiros y una nota informativa en la que se entrevista a cuatro ciudadanos mexicanos. En el Correo Ilustrado las misivas de los ciudadanos se titularon: “Votar contra el desafuero” (Tubert-Oklander, 2005: 2), “A los adversarios políticos se les vence en las urnas” (Camacho González, 2005) y “Llaman a la Cámara de Diputados a no socavar la República” (VV. AA., 2005: 43).

El Correo Ilustrado, cartas generadas por ciudadanos con atributos positivos

La Jornada 4 de abril de 2005



Al convertirse el propio medio como generador de la información, *La Jornada* no contabiliza impactos con información negativa y son nueve los que cuentan con atributos favorables, como lo son los editoriales, siendo ejemplo el del 8 de abril, que se titula: “La oligarquía de siempre” (*La Jornada*, 2005: 2). En el *Reforma* sucede lo contrario, no existen inserciones positivas al desafuero, y son dos las desfavorables, una de las cuales es un comparativo que hace el periódico de Alejandro Junco de dos desafueros, el de René Bejarano, que fue separado de su cargo de manera inmediata y el de López Obrador, que indica que será removido de su cargo hasta que inicie el proceso legal; la nota informativa se titula: “Miden con distinta vara” (*Reforma*, 2005: 4).

Editorial con atributos positivos

La Jornada 8 de abril de 2005

viernes 8 de abril de 2005 → Opinión → La oligarquía de siempre

Editorial

La oligarquía de siempre

Los 360 diputados federales sus nombres quedan para el registro histórico y social que en la tarde de ayer aprobaron la destitución de un gobernante democráticamente elegido legalizaron una conjura que, como se dijo ayer en este espacio, no es sólo contra los derechos ciudadanos de Andrés Manuel López Obrador, los votantes de la ciudad de México y la izquierda democrática y civilista; es, también, y sobre todo, un atentado a las perspectivas de la democracia en el país, una negación de las posibilidades de construir una nación más justa, libre y equitativa por medios pacíficos e institucionales. Es, también, una confirmación del control del país y de sus instancias de poder por parte de una coalición clandestina político-empresarial que tiene como instrumentos al actual grupo gobernante y a las dirigencias priista y panista y, por medio de éstas, al Poder Legislativo.

El relevo de siglas en Los Pinos no representó, por lo que puede verse *a posteriori*, más que una simulación de democracia y una sucesión formal que garantizó en todo momento la permanencia de esa coalición en el poder real, y una ratificación de las complicidades elaboradas entre las presidencias que ha padecido México en las décadas pasadas. Para ilustrar este hecho, cabe mencionar que las responsabilidades criminales del gobierno de Gustavo Díaz Ordaz nunca fueron castigadas conforme a derecho porque contaron con el encubrimiento de las administraciones sucesivas, desde la de Luis Echeverría hasta la de Vicente Fox; de entonces a la fecha, nuevos crímenes, atrocidades y trasgresiones perpetrados desde el poder se han ido sumando al expediente vergonzoso de la impunidad. La más reciente de las transiciones se selló con la renuncia de los priistas a hurgar en los dineros sucios de Amigos de Fox, a cambio de que el actual gobierno encubriera los manejos fraudulentos del Tobogán, las responsabilidades penales del zoológico en las matanzas campesinas del sexenio pasado y los robos a las arcas públicas cometidos en el ámbito del Pemexgate.

En este contexto, el derrocamiento disfrazado de procedimiento legal de López Obrador es sólo la más reciente reacción de los dueños reales del país ante el riesgo de que un proyecto popular y nacional alcanzara el poder presidencial y empezara a esclarecer algo de la cadena de complicidades referida. Ante tal eventualidad, la oligarquía político-económica no dudó en recurrir a sus altos funcionarios, sus jueces, sus procuradores y sus diputados para torcer las leyes, pervertir el sentido de la justicia, degradar a las instituciones y cometer un atropello mayúsculo contra la democracia desde las instancias democráticamente constituidas. La Presidencia, la Secretaría de Gobernación, la Procuraduría General de la República, el Poder Judicial y los 360 diputados que aprobaron un dictamen absurdo, contradictorio y deseado en favor del desafuero confirmaron que sus verdaderos representantes no son los ciudadanos mexicanos, sino los señores del dinero y del poder, quienes actúan, casi siempre y casi todos, sin dar la cara, dejando a otros el trabajo sucio.

No debe omitirse el hecho de que el aspecto mediático de ese trabajo fue puntual y eficientemente realizado por el dúo político televisivo, cómplice y beneficiario de la red de complicidades, que diseñó y ejecutó un operativo de descubierta y desinformación del proceso del desafuero, y que optó por desmentarse de los recientes días críticos en el escenario nacional para volcarse en el monotea de la agonía, muerte y funerales

Nota informativa generada por el *Reforma* con atributos negativos

Reforma 5 de abril de 2005



En la generación de información sobre el tema del desafuero destaca la participación de actores extranjeros, quienes por sí mismos generan el encuadre de internacional a la crisis. Con características negativas solamente se presentan en una

ocasión los actores extranjeros y es en el *Reforma*. Por lo que respecta a la información con atributos favorables, ambos medios suman 20 inserciones, de las cuales el 70,0 por ciento se publican en *La Jornada*, 14 impactos; y el restante 30,0 por ciento se presenta en el *Reforma*, seis publicaciones.

En el diario de Alejandro Junco se publica el 4 de abril, en la portada, una nota general en la cual el *Wall Street Journal* indica que el desafuero puede acarrear problemas a los inversionistas en México, por lo que encuadra el desafuero como un problema a nivel internacional; además de ser presentado con aspectos económicos-financieros; la noticia se titula: “Y WSJ alerta sobre riesgos” (*Reforma*, 2005: 1)

En la información positiva de actores extranjeros se presentan dos encuadres: el desafuero es un tema electoral, pero además económico-financiero. Ejemplos de manejo de la información en *La Jornada* son: “Reprueba *Wall Street* la estrategia usada por Fox contra López Obrador” (*La Jornada*, 2005: 3), “Eliminar a López Obrador retroceso democrático: *Post*” (*La Jornada*, 2005: 5) y “Expresa Izquierda Unida su solidaridad a López Obrador” (*La Jornada*, 2005: 18) y en la cual señala que el desafuero es una vuelta al autoritarismo.

Nota informativa generada por un actor extranjero (Izquierda Unida) con atributos positivos

La Jornada 9 de abril de 2005

sábado 9 de abril de 2005 → Política → Expresa Izquierda Unida su solidaridad a López Obrador

Carta al pueblo de México y al jefe de Gobierno

Expresa Izquierda Unida su solidaridad a López Obrador

ARMANDO G. TEJEDA CORRESPONSAL

Madrid, 8 de abril. Gaspar Llamazares, coordinador general de Izquierda Unida (IU), la tercera fuerza política en España, calificó el desafuero del jefe de Gobierno de la capital mexicana, Andrés Manuel López Obrador, de “vuelta al autoritarismo”. Pa-reciera que las “fuerzas oscuras del pasado” vuelven a actuar, sostuvo.

El político español se solidarizó con el líder mexicano y se comprometió a emprender una campaña contra esta medida en todos los foros internacionales en los que participe.

En una carta remitida a López Obrador y “al pueblo de México”, Llamazares afirma: “Hemos visto con sorpresa cómo la peor herencia del pasado ha regresado a México en forma de ataque personal contra la figura política de Andrés Manuel López Obrador.

“El acuerdo del PRI con el PAN, así como la total carencia de imparcialidad de la Presidencia de la República, han llevado al uso y al abuso de los mecanismos del Estado para dejar fuera de la contienda electoral al único candidato que ha demostrado tener un proyecto alternativo para México y que recibe el apoyo de una importantísima parte del país.”

Llamazares, que representa a una de las formaciones que sustentan en el parlamento al actual Ejecutivo español, José Luis Rodríguez Zapatero, añade: “En un momento de cambio en América Latina, donde las fuerzas de la izquierda están devolviendo la esperanza a millones de desesperados, los intereses económicos de la derecha mexicana, unidos a los intereses partidistas de una formación que hace décadas dejó de interesarse por el futuro de los mexicanos, quieren sacar a México del aire de cambio que recorre el continente. ¿Cómo nos recuerda desde España los intentos desesperados de los últimos restos del franquismo que querían zancadillar a la incipiente democracia española! En esos momentos la firmeza es la mejor salvaguarda de los pueblos.”

El pulso firme de los pueblos “no se puede detener y la esperanza de recuperar la democracia que una vez solaron grandes hombres y mujeres de México está otra vez en los corazones de ese gran país. Esa esperanza la representa hoy Andrés Manuel López Obrador, y frustrarla es frustrar la democracia mexicana”, indicó.

“La comunidad internacional entiende y entenderá el desafuero como una medida que frena la democracia en este país y que devuelve la política a los oscuros momentos del autoritarismo del pasado.”

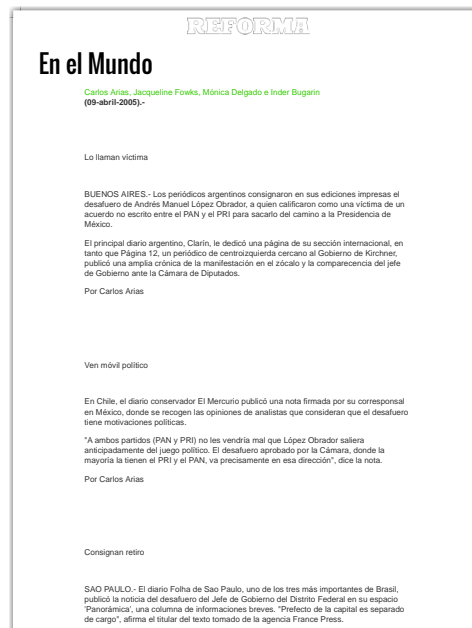
Ante este ataque “contra la democracia y la libertad”, Llamazares se comprometió a llevar a foros españoles y europeos la “firme oposición” de IU a este “ataque a la democracia mexicana”.

Indicó que por su compromiso con la democracia y el cambio en el continente, México y López Obrador “mantendrán, como siempre han hecho, la frente bien alta, sabiendo que la legitimidad de su quehacer nunca se ha ido de su lado”.

En el *Reforma* el alto número de inserciones positivas se debe a la publicación el 9 de abril de cuatro breves notas sobre cómo ven en el mundo otros medios de comunicación al desafuero, y todos ellos coinciden en encuadrar el tema como una crisis político-electoral que favorece a López Obrador: el diario *El Mercurio* de Chile señala: “Ven móvil político” (*Reforma*, 2005: 4); el periódico *Folha* de Sao Paulo, “Consignan retiro” (*Reforma*, 2005: 4), por lo que no será candidato; *La Croix*, Francia, “Acusan maniobra” (*Reforma*, 2005: 4) alejarlo de la candidatura; y el *New York Times* comenta que “Temen polarización” (*Reforma*, 2005: 4) en el ambiente político rumbo a 2006.

Notas breves generadas por actores extranjeros con atributos positivos

Reforma 9 de abril de 2005



Un generador que resalta por la credibilidad que puede transmitir es el intelectual o artista, quien además cuenta con una amplia confianza por los ciudadanos. En la madurez de la crisis del desafuero, dicho generador registró una buena presencia, pero resalta que no se presentó ni habló con sesgos negativos, solamente se presenta con atributos positivos, en los dos diarios, con un total de 19 publicaciones, la mayoría, 17, el 89,5 por ciento corresponden a *La Jornada*; y dos el 10,5 por ciento al *Reforma*.

Ejemplos de la participación de intelectuales en el tema son: en *La Jornada* el 4 de abril se publica la entrevista a ocho intelectuales y artistas mexicanos: Juan

Bañuelos, poeta; Paco Ignacio Taibo II, escritor; Bárbara Jacobs, escritora; Alejandra Moreno Toscano, historiadora; José Agustín, escritor; Raquel Tibol, crítica de arte; David Huerta, poeta; y Javier Winner, escritor, con el encabezado: “Se está construyendo un fraude electoral anticipado: intelectuales” (*La Jornada*, 2005: 8). El 10 de abril el *Reforma* da cabida a los intelectuales o artistas de forma positiva y con un encuadre de ser un conflicto político-electoral al publicar la declaración del historiador Enrique González Pedrero, que se titula: “Tiene que ir la inteligencia por delante” (*Reforma*, 2005: 4)

Nota informativa generada por intelectuales/artistas con atributos positivos

La Jornada 4 de abril de 2005

4 de abril de 2005 → Política → Se está construyendo un fraude electoral anticipado: intelectuales
Escritores, artistas y críticos lamentan la “degradación” del gobierno foxista

Se está construyendo un fraude electoral anticipado: intelectuales

Advierten que la mayoría ciudadana se opone a la inhabilitación de López Obrador

MONICA RODRIGUEZ, MERRY MAC MATERS Y JORGE RICARDO

Intelectuales y artistas mexicanos rechazaron y condenaron ayer el dictamen de desafuero del jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador. “Es una muestra muy grave de la degradación y la corrupción a la que ha llegado el gobierno de Vicente Fox”, enfatizó el escritor José Agustín.

En sondeo realizado por *La Jornada* expresaron su deseo de que “no se consuma el desafuero”, porque de otra forma, según dijo el escritor Paco Ignacio Taibo II, se está “construyendo un fraude electoral anticipado”.

A continuación las opiniones vertidas:

Juan Bañuelos, poeta: En primer lugar estoy en contra del desafuero contra quien sea. Es una violación, es una manera de manipular la política del país, pues con Vicente Fox llegamos a la manipulación. Es un señor que ni es político y que ha manejado al país como ha querido junto con sus cómplices de Estados Unidos y los millonarios que deciden en México. Estamos en un momento peligroso para el país. ¿En qué sentido? No solamente se manipula el aspecto jurídico, sino que América Latina está pasando por una transformación. Venimos como los países de Sudamérica han visto que han sido engañados por los grandes bancos y se ha llevado a los pueblos a la pobreza. De hecho, esas mismas situaciones están sucediendo en México: el desempleo, la falta de apoyo a las universidades públicas, en fin, es necesario que los especialistas nos den un panorama, una radiografía de lo que está pasando en el país. Y esto es difícil para comenzar por los medios electrónicos, sobre todo la televisión, está siendo manejada por Fox y compañía, con eso adonde vamos a ir a dar. Uno va al extranjero y siempre hay un espacio en el cual opinar, pero aquí no y todo lo que pasa por la televisión es en función de los que están gobernando el país. Creo que estamos en un momento peligroso, son quien son el candidato. Y en este caso le toca a Andrés Manuel López Obrador, pero podría haber sido otro. Esto es lo más vergonzoso a nivel nacional e internacional.

Paco Ignacio Taibo II, escritor: Me parece un golpe verdaderamente grave para este país porque lo que se está construyendo es un fraude electoral anticipado. México no puede resistir un fraude electoral como el de 1988. Espero que la opinión ciudadana se exprese con mayor fuerza ante de cómo se ha expresado ya. Ahora, en la Cámara de Diputados de lo que se trata es si los diputados van a hacerle caso a la opinión ciudadana o no. Si es así, si lo aprehen, entonces una parte del Congreso se habrá opuesto a la opinión ciudadana de la mayoría de la nación.

Bárbara Jacobs, escritora: Estoy en contra del desafuero. Me parece una medida grave para la democracia que, se pretende, estamos practicando. Ojalá, soy un poco optimista, espero que con la propuesta del jueves haya oportunidad para que Andrés Manuel López Obrador se pueda defender. También hay gente en otros partidos que está en contra del desafuero. Me gusta pensar que hay un poco de esperanza. De continuar el

Nota informativa generada por intelectuales con atributos positivos

Reforma 10 de abril de 2005



La Iglesia Católica, actor fundamental y con una alta credibilidad en el país, comenta sobre el desafuero del jefe de gobierno de la capital mexicana y lo realiza en tres ocasiones de forma positiva para López Obrador y/o el desafuero, con dos diferentes encuadres: el político-electoral y el de señalar al gobierno como el organizador del desafuero: “La inhabilitación tendrá serias repercusiones en el 2006: CEM” (*La Jornada*, 2005: 18), “El cargo le ha quedado grande a Fox y el desafuero lo ‘hundirá’: Raúl Vera” (*La Jornada*, 2005: 18) y “Obispo de Tampico cuestiona el proceso en San Lázaro” (*La Jornada*, 2005: 7). Destaca la intervención de la Iglesia en los últimos días de la fase de madurez de la crisis.

Nota informativa generada por la Iglesia Católica con atributos positivos

La Jornada 9 de abril de 2005

Sábado 9 de abril de 2005 → Política → El cargo le ha quedado grande a Fox y el desafuero lo ‘hundirá’: Raúl Vera

Chiapas, Fobaproa y la democracia, entre sus fallas, asegura el obispo de Saltillo

El cargo le ha quedado grande a Fox y el desafuero lo ‘hundirá’: Raúl Vera

ALMA E. MUÑOZ Y JUAN BALBOA

Ampliar la imagen



Raúl Vera y José Guadalupe Martínez, en imagen de archivo FOTO Notimex / Josa

Con el desafuero de Andrés Manuel López Obrador el presidente Vicente Fox “ya se hundió” y evidencia que “el cargo le quedó grande”, sostuvo el obispo de Saltillo, Raúl Vera López. El mandatario “engañó vilmente al pueblo mexicano”, prometió arreglos que nunca cumplió y “lo único que medio lo salvaba era el aspecto de la democracia, pero con esto se acabó, ya se hundió”, insistió.

Entrevistado en la Basílica de Guadalupe -al término de la misa que concelebraron la Conferencia del Episcopado Mexicano (CEM) y la nunciatura apostólica por el funeral de Juan Pablo II-, el prelado cuestionó la actitud de los diputados panistas y críticos, que el pasado jueves “eliminaron” a un enemigo político “acudiendo a la ilegalidad”, por lo que pidió a la sociedad que “continúe abriendo los ojos para no dejar a las cúpulas la dirección del país”.

“Nadie que piense un poco en este país se *come* que se le eliminó (a López Obrador) por la vía legal”, dijo, y calificó de descarado el hecho que el subprocurador (de Delitos Federales de la Procuraduría General de la República, Carlos Javier Vega Memije) hiciera una arenga política más que una defensa jurídica durante su intervención ante legisladores.

“Hubo diputados que tuvieron mucho mayor calidad jurídica que la que este señor presentó. El señor fue más político que otros, entre los diputados, que dieron realmente más cadera de condura. Fue una exhibición terrible de falta de coherencia. Allí sacaron las orejotas, ‘¡unas orejito-to-tas equitasas!’, aquí”, apuntó.

El paso siguiente, de la sociedad civil

Frente a este desenlace, el obispo de Saltillo consideró que el siguiente paso debe provenir de la sociedad civil. “Me gustaría que nuestro pueblo siguiera abriendo los ojos. Ya no podemos dejarle a las cúpulas la dirección de este país; tenemos que generar una sociedad más participativa. Si hubiera un Congreso más ligado a su pueblo, un Poder Ejecutivo más sensible a su pueblo no se darían estas cosas.”

Insistió en que el Poder Legislativo coronó su “brillante actuación” de los años recientes con el desafuero del jefe de Gobierno de la capital del país.

Este gobierno “empezó, brillantísimamente, con la negación del ingreso de los indígenas a la vida del país, dándoles -no puedo llamarlo de otro manera- una bofetada con la ley indígena que aprobaron (los diputados), y ahora le pusieron la ce-re-za al pastel”.

Un generador que resalta por su importancia y credibilidad en el país es la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), pero fue a través de sus sindicatos quienes generan inserciones favorables sobre el desafuero en cuatro ocasiones, de ellas, tres, el 75,0 por ciento en *La Jornada* y una, el 25,0 por ciento en el *Reforma*. Los sindicatos y alumnos de la UNAM generaron marcos de referencia de ser un asunto de carácter político-electoral. En el diario de Carmen Lira la información se tituló: “Señala el STUNAM ‘acción de represión política’” (*La Jornada*, 2005: 12). El 5 de abril *La Jornada* publica en un subtítulo: “Grandes sindicatos y organismos campesinos se suman a la resistencia” (*La Jornada*, 2005: 7) en el que se presenta el

STUNAM. El *Reforma* su única inserción la titula: "Iniciar ayunos" (*Reforma*, 2005: 4) el cual llevarán a cabo alumnos de la Facultad de Filosofía, en protesta por la posibilidad del retiro del fuero a López Obrador; ambas con el encuadre de un fuerte apoyo social hacia el jefe de gobierno de la capital mexicana.

Nota informativa generada por la Sindicato de Trabajadores de la Universidad Nacional Autónoma del México con atributos positivos
La Jornada 9 de abril de 2005

[lunes 4 de abril de 2005](#) → [Política](#) → Señala el STUNAM "acción de represión política"

Señala el STUNAM "acción de represión política"

Los integrantes del Sindicato de Trabajadores de la Universidad Nacional Autónoma de México (STUNAM) consideran que el desafuero contra el jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, es una "acción de represión política", por lo que se unirán a las movilizaciones de protesta, indicó el secretario general, Agustín Rodríguez. "Si se nos convoca a acciones de resistencia civil o de mayor contundencia, ahí estaremos", dijo.

Karina Avilés

[Agregar un Comentario](#)

Copyright © 1996-2015 DEMOS, Desarrollo de Medios, S.A. de C.V.
Todos los Derechos Reservados.
Derechos de Autor 04-2005-011817321500-203.

Nota informativa generada por la Sindicato de Trabajadores de la Universidad Nacional Autónoma del México con atributos positivos
Reforma 5 de abril de 2005



Como se señaló en capítulos anteriores, el desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador AMLO, proveniente del principal partido de la izquierda mexicana –PRD–, fue durante mucho tiempo uno de los temas principales en las agendas mediática, política y pública en México. Entre los factores y motivos para que este tema fuera uno de los más importantes puntos de discusión del país se encuentra que el principal implicado en el tema tenía un cargo público de gran relevancia, Jefe de Gobierno del Distrito Federal, y, además era el aspirante a la Presidencia de México con más posibilidades de triunfo en ese momento.

Los dos diarios trataban de hacerse llegar del mayor número de actores o fuentes informativas para darle credibilidad a la información sobre el desafuero de Andrés Manuel López Obrador. Respecto a los generadores de información, al ser analizados desde los campos de identidad, como protagonistas, antagonistas y audiencias, resalta que en *La Jornada* los roles de los protagonistas sí coinciden, pero los de los antagonistas no coinciden totalmente. En el *Reforma* los campos de identidad están más definidos y concuerdan en mayor medida con su ideología.

En el diario dirigido por Carmen Lira, solamente dos actores generaron mayor información negativa *versus* positiva, el Presidente de la República, Vicente Fox y la Procuraduría General de la República, lo cual concuerda con su campo de identidad, de antagonistas en el desafuero. El resto de fuentes informativas que supuestamente eran antagonistas a López Obrador, como las dependencias del Gobierno Federal, el Partido Acción Nacional y el Partido Revolucionario Institucional, presentan más impactos favorables a Andrés Manuel que negativos. En cuanto a los protagonistas, éstos sí generan información acorde con su campo de identidad en *La Jornada*. El jefe de gobierno capitalino, su partido el PRD, el Gobierno del Distrito Federal, la Asamblea Legislativa del Distrito Federal –de mayoría perredista–, el Partido del Trabajo, tendiente a la izquierda y los eventos sobre el desafuero, generaron solamente información favorable al gobernante capitalino. Los que serían las audiencias, como Iglesia, la iniciativa privada, especialista jurídico, otros medios, actores extranjeros, la Comisión de Derechos Humanos, organizaciones sociales, los ciudadanos, organizaciones no gubernamentales, la Universidad Nacional Autónoma de México y el propio medio *La Jornada*, todos se convirtieron en protagonistas, apoyaban totalmente a López Obrador. Salvo la iniciativa privada y los articulistas en el periódico de izquierda, generaron comentarios negativos, pero éstos fueron superados por los positivos.

En el *Reforma* los campos de identidad se presentan de acuerdo con las tendencias ideológicas de los involucrados en el desafuero. Los protagonistas generan mayor información positiva, como es el propio Andrés Manuel López Obrador y su partido, el PRD, el Gobierno del Distrito Federal, la Asamblea Legislativa del Distrito Federal –de mayoría perredista–, los partidos políticos PT y Convergencia, que son de izquierda; y los eventos sobre el desafuero. Los antagonistas a López Obrador y al desafuero en el diario de derecha, son: el Presidente Vicente Fox Quesada, su partido Acción Nacional, el Gobierno Federal, el Partido Revolucionario Institucional, el Partido Verde Ecologista de México y la Procuraduría General de la República, quienes presentan un mayor porcentaje de la información de forma negativa, tal como debería esperarse.

Respecto a las audiencias en el *Reforma*, la iniciativa privada, especialista jurídico, organizaciones no gubernamentales y el propio medio pasaron de ser audiencia para convertirse en antagonistas, presentando un mayor número de impactos negativos *versus* positivos. En el diario de derecha los ciudadanos, los actores extranjeros y las organizaciones sociales se inclinaron en ser protagonistas pero generaban información negativa aunque en un menor porcentaje. En las audiencias resaltan los intelectuales y/o artistas y la Universidad Nacional Autónoma de México, que fueron totalmente protagonistas en la etapa de madurez de la crisis del desafuero en los dos diarios analizados.

En el cruce de las variables generador-medio y sesgo se registra una diferencia muy marcada entre los dos periódicos. Mientras que en *La Jornada* casi la totalidad de los actores se convirtieron en protagonistas, hablaron del desafuero de forma favorable, en el *Reforma* se presenta de forma más balanceada la estrategia de las fuentes informativas, pero tienden al antagonismo. Se puede afirmar la idea que los dos medios tomaron parte activa en el desafuero, convirtiéndose en protagonistas y antagonistas, *La Jornada* apoyando a López Obrador, y *Reforma* atacándolo.

CUARTA PARTE

11. CONCLUSIONES

Los medios masivos de comunicación sin duda continuarán teniendo una capacidad poderosa para influir en sus audiencias al contar con la posibilidad de hacer uso de diversos elementos y herramientas periodísticas que les permitan generar relevancia y encuadres en la información que transmiten, no sólo en los segmentos noticioso, sino en todo aquello que envíen a sus consumidores, de lo cual tienen pleno conocimiento y hacen uso de ello.

Esta capacidad de los medios ha permitido que se conviertan en actores fundamentales y determinantes en los más diversos aspectos de la vida de las personas, especialmente en los procesos electorales, así como en los asuntos de carácter político, como fue la crisis del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador.

Vivimos en una sociedad mediatizada por el alto consumo de medios masivos de comunicación que registramos, un tipo de *marketing mix* en el que se mezclan la televisión, el cine, la radio, los periódicos y las tecnologías de la información. Además los individuos y las masas casi siempre son mediados sobre los acontecimientos que se registran en el entorno, los cuales no son del conocimiento y de la experiencia personal directa. Son los medios masivos de comunicación los que transmiten la información con la cual conformamos nuestra realidad, pero que viene cargada, por lo regular, de los intereses de los propios *mass media*.

La mediación y mediatización de la sociedad proporciona un amplio poder a los *mass media*, el de ser emisor hacia un muy amplio número de receptores; además tienen la capacidad, como lo indica Lang y Lang (1962), de filtrar, estructurar y enfatizar la información que publican, por lo que no se limitan a transmitir lo que los portavoces proclaman, quienes también tratan de influir en la información que generan.

Pero la poderosa capacidad de los medios radica en la posibilidad de establecer los temas, el en qué pensar; pero van más allá y logran fijar los atributos, características o encuadres de lo que presentan en sus espacios. Por ello los medios masivos de comunicación se han convertido en la arena en donde los productores de los hechos y los propios media se disputan la influencia sobre las audiencias, que se potencializa en las situaciones de crisis y aún más en las de carácter político.

Por todo ello, consideramos que la mejor forma de recoger los resultados de nuestros análisis como conclusiones sea partiendo de los objetivos que nos marcamos al

inicio de la investigación y, que nos han servido para verificar nuestras hipótesis de partida.

En la introducción y en el capítulo de objetivos e hipótesis queda claro que la presente investigación busca identificar que los actores involucrados en una crisis y principalmente los medios masivos de comunicación buscan el control de la información a través del uso de atributos y encuadres para establecerlos en las agendas mediática, política y pública.

11.1. LA CRISIS DEL DESAFUERO

El tema del desafuero se establece como una crisis por dos características: la negatividad con la que se aborda el asunto y la amplia cobertura mediática que registró a lo largo del año analizado. Durante el seguimiento de 12 meses, del 13 de mayo de 2004 al 13 de mayo de 2005, en la información a 8 columnas, en texto e imagen, de *La Jornada* y el *Reforma*, se logró determinar que la expropiación de un predio, que era un asunto judicial entre un particular y la administración del Gobierno de la Ciudad de México, se transformó en un crisis político-gubernamental-electoral.

La mayoría de los criterios de “noticiabilidad” tanto de Canel (2008) como de Donsbach (1995) se presentaron en la crisis del retiro del fuero constitucional al Jefe de Gobierno del Distrito Federal, el cual registraba una conflictividad al más alto nivel político en el país. El tema era de actualidad al encuadrarse como un asunto electoral para 2006, lo que provocaba una proximidad en la población mexicana y a su vez una relevancia pública. Asimismo, el desafuero que se encontraba en las tres agendas, era relevante para la ciudadanía, los medios y los políticos, principalmente cuando se hacía uso del marco de referencia de afectación y retroceso para la “naciente”⁸⁰ democracia mexicana.

El desafuero presentaba la característica de ser una crisis de gestión, debido a las acusaciones de ineficacia a la administración del gobierno local, para resolver la expropiación del terreno “El Encino”, como lo calificaron los opositores a López Obrador. El tema además se circunscribe como una crisis jurídica, por lo menos en la primera etapa del conflicto, cuando el Gobierno del Distrito Federal enfrentaba una disputa meramente judicial por la expropiación del citado predio, la cual no fue resuelta

⁸⁰ El *framing* de atacar y debilitar la naciente democracia mexicana se debía a que en 2000, después de 71 años de estar gobernados por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), se presentó la alternancia política en la Presidencia de la República con el triunfo de Acción Nacional. Los protagonistas en la crisis del desafuero señalaban de forma reiterada que el PAN buscaba evitar un nuevo cambio en el Ejecutivo Federal y mantenerse en el poder como lo hizo el PRI.

rápidamente. El aplazamiento de la indemnización generó que se alcanzara la cifra de los mil 810 millones de pesos, cantidad que el gobernante capitalino se negó a pagar, lo que provocó una amplia cobertura por los medios masivos de comunicación, la exteriorización de la crisis y, por lo tanto, la intervención de un mayor número de actores.

La crisis registró los tres niveles de intensidad que se presentan. El grado bajo se presenta en la etapa inicial y en los dos declives, por la baja cobertura mediática (véase capítulo 10.4.2 y 10.4.5). El nivel medio lo encontramos en la etapa de desarrollo, donde la intervención de diversos actores, entre ellos los medios, permite que se mantenga la situación crítica en las agendas mediática, política y pública (véase capítulo 10.4.3). El grado alto se presenta en dos etapas, en la de madurez y en el repunte, donde los involucrados hicieron uso de un mayor número de recursos y el tema se convirtió en el principal por discutir en las tres agendas: mediática, política y pública, como se comprueba con la participación del Presidente de la República, funcionarios del Gobierno Federal, legisladores y miembros de partidos políticos, organizaciones no gubernamentales, la Iglesia Católica, actores extranjeros, intelectuales y artistas, entre muchos otros (véase capítulo 10.4.4 y 10.4.6).

Los daños que podría sufrir el Jefe de Gobierno del Distrito Federal por la crisis eran en dos puntos fundamentales: en su imagen y en sus aspiraciones políticas, por lo cual los costos eran muy altos, prácticamente prohibidos, al afectarse su participación en las elecciones para Presidente de la República en 2006, cuando era el aspirante a vencer, como lo demostraban las encuestas electorales (véase cuadros No. 5 y 9).

No se puede asegurar la presencia de un plan de crisis, pero, por lo menos de una forma clara la existencia de una estrategia y puesta en marcha de la gestión de la crisis en los protagonistas: el propio Andrés Manuel, su equipo y periódico *La Jornada*, y en menor medida en los antagonistas: el Presidente de la República, el Gobierno Federal, los partidos Acción Nacional y Revolucionario Institucional y el *Reforma*.

La gestión de la crisis la podemos definir dentro de las cuatro estrategias básicas del discurso ideológico que establece Van Dijk (2003). En *La Jornada*, 1) Andrés Manuel López Obrador hablaba siempre de sus aspectos positivos, y mencionaba los aspectos negativos de sus opositores, como el Presidente de la República, Vicente Fox Quesada, y los partidos Acción Nacional y Revolucionario Institucional. 2) No hacía mención de sus aspectos negativos y no hacía referencia de los aspectos favorables de sus opositores. 3) Ponía énfasis en sus aspectos favorables, para lo cual hacía uso de

adjetivos, calificativos, adverbios y encuadres positivos; pero a su vez ponía énfasis en los aspectos negativos de sus antagonistas. 4) Quitaba énfasis en sus aspectos desfavorables y contrariamente los establecía en sus contrincantes. Cuatro puntos que también llevaron a cabo los antagonistas, de forma contraria, como se aprecia en el *Reforma*.

El objetivo de determinar las fases y características de la crisis política del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador **se logró al definir los periodos o etapas de la crisis con base en el número de impactos que se publicaban en los medios masivos de comunicación sobre el tema** (véase apartados 10.3, 10.4 y 10.5). Se contabilizaron dos fases más, un primer declive y el repunte de la crisis, de las que presentan autores como González (1998), Lledó (1993), Mitroff y Pearson (2002), Lucas Marín y García Ruíz (2002), Casero (2004, 2008), Sánchez Calero (2006), Dobry (1998) y Fita (2000): pre-crisis, nacimiento, desarrollo, madurez, declive y postcrisis.

Las dos fases deben ser consideradas para aplicar en ellas las estrategias por desarrollar y evitar que se prolongue la situación adversa o se mantenga de forma permanente en el organismo involucrado, debido a que las dos fases se pueden presentar y repetir en más de una ocasión, además que pueden ser constantes y permanentes.

11.2. EL PAPEL DE LA JORNADA Y REFORMA A LO LARGO DE LA CRISIS

El planteamiento que una crisis se encuentra totalmente establecida en la agenda mediática es parcialmente cierto, la cobertura de la crisis del desafuero por los dos diarios demuestra que el tema del desafuero no se encontraba establecido totalmente a lo largo de la situación crítica, la fijación del tema se registró en dos fases, la de madurez y el repunte. Respecto a los demás periodos, pre-crisis, inicio, desarrollo y declive, se registró una batalla por su establecimiento, primeramente en la agenda mediática y posteriormente para estar presente en la política y en la pública.

En la etapa que hemos denominado pre-crisis, del 2 al 17 de mayo de 2004, cuando el tema principal de los dos medios era el distanciamiento entre México y Cuba no se publicó a 8 columnas el tema del desafuero porque no era una crisis, sino que se trataba de un asunto judicial entre un particular y la administración del Gobierno del Distrito Federal. Pero si se publicaron dos impactos sobre la expropiación del predio “El Encino” en *La Jornada*, por lo que el propio rotativo se establece como protagonista del desafuero.

En el inicio de la crisis, del 18 al 31 de mayo de 2004, se presentan siete inserciones a 8 columnas, en texto o fotografía, pero el tema cambia el 18 en *La Jornada* y el 19 en el *Reforma*, y ya no es la expropiación del predio “El Encino”. La conversión del tema de carácter judicial a una crisis inicia por el uso de *framings* de ser un tema político-electoral para el titular del gobierno de la Ciudad de México *versus* una demanda judicial para el titular del Gobierno Federal. En esta etapa el *Reforma* claramente se presenta como antagonista al desafuero de López Obrador.

Durante el desarrollo de la crisis, de junio de 2004 a marzo de 2005, solo se presentaron 22 impactos a 8 columnas sobre el tema del desafuero. Podemos decir que el tema formaba parte de la agenda mediática, pero no como tema principal puesto que de los dos medios, solamente *La Jornada* era quién intentaba mantener el tema en la agenda, por lo que existía una lucha por el establecimiento de la crisis del desafuero.

El mayor número de impactos a 8 columnas se registra del 2 al 10 de abril de 2005: la madurez de la crisis; que se establece con tal denominación por dos razones: a) El 1° de abril de 2005, publicado el 2 del mismo mes, la Sección Instructora (con tres votos en favor del PRI y PAN y uno en contra del PRD) decide discutir ante el pleno de la Cámara de Diputados el desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal. De aprobarse el retiro del fuero, se procedería jurídicamente contra el gobernante por el delito de desacato. b) El 7 de abril, el pleno de la Cámara de Diputados de México, con una votación de 360 legisladores en favor, 125 en contra y dos abstenciones, aprueba el desafuero y da lugar a proceder penalmente contra Andrés Manuel López Obrador; pero además es separado del cargo de Jefe de Gobierno del Distrito Federal. El tema en esta etapa se encuentra establecido, no se discute su importancia y su presencia en la agenda mediática, ni en la política y la pública; por lo que la batalla se librará en los atributos, características y encuadres sobre la crisis del desafuero. El diario de izquierda en favor de López Obrador y el periódico de derecha en contra.

Respecto del primer declive, del 11 al 18 de abril de 2005, son seis los impactos a 8 columnas publicados todos ellos en *La Jornada*, por lo que el periódico de izquierdas busca mantener el tema en su agenda mediática. En esta etapa el tema si competía con otros asuntos para mantener su presencia en los espacios de mayor importancia en la agenda de los medios.

Del 19 al 25 de abril de 2005 cuando se produce el repunte de la crisis, se publicaron 18 inserciones a 8 columnas entre los dos diarios. Estos datos nos indican que el desafuero regresó a ser la noticia principal en los dos diarios y por lo tanto de las

tres agendas. Además en esta etapa, llama la atención el hecho de que los dos diarios coinciden en dos ocasiones en sus titulares por lo que, podríamos decir, inicia una etapa de coincidencia, además de apreciar un cambio en el los encuadres de *Reforma* que empiezan a ser favorables a López Obrador. Aunque esta etapa y la anterior no estaban previstas, se les debe prestar atención debido a que en caso contrario, podría afectar de forma grave a los involucrados en la situación de crisis. El tema de nueva cuenta se encuentra establecido, por lo que la batalla se dirime en los atributos y encuadres, como en la etapa de madurez.

La fase que hemos denominado declive final, del 26 al 13 de mayo de 2005, presenta 13 impactos en los espacios de mayor importancia de los dos diarios, y se debe a las declaraciones del Presidente de la República para buscar una salida alterna a la crisis del desafuero y destitución como Jefe de Gobierno de la capital mexicana de Andrés Manuel López Obrador. Se busca el consenso, por lo que disminuye la confrontación y polarización de los actores involucrados. El *Reforma* matiza la información y no es tan negativa hacia el político tabasqueño; *La Jornada*, como en todas las etapas, se mantiene a favor de López Obrador.

Durante la postcrisis, 13 de mayo de 2005, disminuye y prácticamente desaparece el tema del desafuero de Andrés Manuel López Obrador, al buscar su reinstalación como Jefe de Gobierno del Distrito Federal y mantener sus derechos políticos, lo que le permitiría, y permitió, competir en la elección de 2006 para Presidente de la República. La información del desafuero queda concluida y regresará a la etapa de pre-crisis, a ser un asunto judicial sobre la expropiación del predio “El Encino” y la necesidad de pagar una indemnización a los afectados por el Gobierno del Distrito Federal.

En las dos etapas en las que el tema se encuentra definido, la disputa se presenta por establecer atributos y encuadres. En la fase de madurez de una crisis, como la del desafuero de Andrés Manuel López Obrador, los medios masivos de comunicación (*La Jornada* y *Reforma*) hacen uso de las más diversas herramientas y elementos periodísticos tanto cuantitativos como cualitativos para beneficiar o afectar a los involucrados en el contexto adverso, lo cual es transmitido a un sinnúmero de actores, quienes a su vez llegarán a apoyar o no la situación.

11.2.1. La madurez de la crisis

En la crisis del desafuero resalta su etapa de madurez, nueve días en los cuales se registraron en los dos rotativos 935 inserciones que hacían referencia al retiro del

fueron al Jefe de Gobierno del Distrito Federal, más de 100 impactos por día, por lo que se reitera que el tema se encontraba establecido en las tres agendas: mediática, política y pública, estas dos últimas además comprobables por la participación registrada en los propios medios impresos, principalmente a través de notas periodísticas y fotografías, donde actores políticos y ciudadanos fueron generadores de la información.

En los nueve días más álgidos de la crisis la diferencia en cobertura periodística entre los dos diarios se acortó en comparación con el año de la crisis, mientras que en los 12 meses *La Jornada* contabilizó el 70 por ciento de los impactos y el *Reforma* el restante 30, en la etapa de madurez el diario de izquierda sumó el 57 por ciento frente al 43 por ciento del periódico de derecha. Podemos decir que para ambos diarios la crisis del desafuero en su etapa de madurez presentó casi la misma importancia, por lo que existió un equilibrio en lo cuantitativo, más no fue así en lo cualitativo periodístico.

Tanto *La Jornada* como el *Reforma* **hicieron uso de herramientas y elementos periodísticos cuantitativos y cualitativos**, para publicar el tema de acuerdo a su línea editorial e intereses, lo que les permitió presentar al desafuero con valoraciones diferente como se presenta en el capítulo 10.5. Cabe recordar que en las situaciones de crisis uno de los puntos fundamentales es el control de la información y principalmente si ésta se encuentra en los medios masivos de comunicación, debido a que puede verse afectado uno de los principales intangibles de cualquier organismo, su imagen. El control de la agenda mediática es primordial, como lo establecen los teóricos de la *agenda setting*, de las situaciones de crisis y del *framing*.

La relevancia suministrada por los diarios se ve claramente en el uso de los géneros y elementos periodísticos cualitativos, como es en el espacio para la información de mayor relevancia o a 8 columnas. El diario de izquierda le dio una mayor presencia como noticia e imagen en su espacio de mayor importancia que el diario de derecha, al tener el primero el 70 por ciento y el segundo el restante 30 por ciento de las publicaciones a 8 columnas sobre el desafuero. En los géneros de opinión, como la columna y el artículo, se tienen diferencias porcentuales más pequeñas, al igual que en la nota informativa y la fotografía, géneros más comunes y de menor importancia.

Cuando se analizó la prominencia que proporciona la página se observó que *La Jornada*, le dio una mayor relevancia al tema del desafuero, al presentarlo en más ocasiones en su portada, el 62 por ciento, frente al *Reforma* que lo hizo en 38 por ciento de las ocasiones. Pero esta situación no se mantiene al examinar la publicación en

intervalos, debido a que en las 10 primeras páginas el diario de derecha, alcanza el 59,4 por ciento, frente al 40,6 por ciento de su similar de izquierda, pero como se señaló en el análisis esto se puede deber a que *La Jornada* presenta una paginación continua y el *Reforma* inicia la numeración de sus planas en cada sección del periódico.

Resalta el uso de las secciones por los dos diarios para dar valoración y hasta encuadre al tema del desafuero. Mientras que para *La Jornada* el tema era sin duda de carácter nacional, para el *Reforma* era distribuido en lo nacional y lo local; aunque destaca que el diario de derecha le dio un carácter internacional, lo cual no fue proporcionado por el periódico de izquierda. Asimismo ambos medios le dieron, en pocas ocasiones, el *framing* de ser un tema económico.

De forma cuantitativa pero que genera también una valoración cualitativa tenemos a la fuente informativa, debido a que los generadores de la información tienen por sí mismos diferentes niveles de importancia y a su vez generan encuadres. Destacan porque no todos tienen acceso a los media, existe la inclusión-exclusión, principalmente por el espacio, que siempre es limitado. Cabe señalar que es principalmente el propio medio el que decide quién ingresa y quién no en sus espacios, debido a que el propio generador tiene la posibilidad de apoyar o no al tema en cuestión; salvo a través de la publicidad o desplegado publicitario, que tiene un costo para quien quiere estar presente en el medio y un beneficio económico para el media.

Como se planteó en las hipótesis las fuentes informativas buscaban reforzar la posición del medio en la crisis del desafuero, así como se identificó que en ambos diarios tienen mayor acceso los generadores de información a fines a la línea editorial del diario. **Los dos medios hicieron uso de actores o fuentes informativas relevantes para presentar la información sobre el desafuero, para darle relevancia y generar percepciones de apoyo o de rechazo en la crisis del desafuero del gobernante del Distrito Federal.**

En esta variable o unidad de registro destaca la participación del propio López Obrador, quien presenta un mayor número de inserciones en el *Reforma* que en *La Jornada*, contrario a lo que posiblemente se podía pensar. El principal generador de información en el país, y que le da un carácter de nacional al tema, el Presidente de la República, tuvo poco acceso en comparación con el gobernante capitalino y se presentó en más ocasiones en el periódico de derecha. Podemos definir que el Ejecutivo Federal buscaba no intervenir para no subir el tema a la agenda nacional y generar una mayor

presencia, contrario a lo que deseaba López Obrador al acusarlo de ser el principal organizador del desafuero.

El Partido de la Revolución Democrática, el Partido del Trabajo, los intelectuales y/o artistas, los funcionarios del gobierno de la Ciudad de México y la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, más cercanos a la izquierda, tuvieron mayor acceso en *La Jornada* que en el *Reforma*. Pero los actores tendientes a la derecha o contrarios a López Obrador, como el Partido Revolucionario Institucional, la Iglesia Católica, la iniciativa privada, el Gobierno Federal, la Procuraduría General de la República, ésta última que era señalada como la operadora para evitar que el político tabasqueño compitiera en las elecciones de 2006, también registraron un mayor número de impactos en el diario de izquierda, cuando se podría suponer que tendrían más presencia en el diario de derecha.

En el *Reforma* son tres los opositores a Andrés Manuel que registraron una mayor presencia: el Presidente de la República, el Partido Acción Nacional y la Cámara de Diputados Federal –de mayoría panista y priista–. En el caso contrario, las fuentes informativas en favor del Jefe de Gobierno del Distrito Federal que presentaron un mayor acceso al diario de derecha fueron: el propio López Obrador, el Partido Convergencia y la Asamblea Legislativa del Distrito Federal –de mayoría perredista–.

11.2.2. Uso de atributos y encuadres en la etapa de madurez

Los medios no sólo hacen uso de herramientas o elementos cualitativos periodísticos, van mucho más allá y llegan a ser directos al publicar, ya sea por sí mismos o por sus fuentes informativas, atributos, características y encuadres tanto favorables como desfavorables, principalmente a través de adjetivos, calificativos y adverbios insertados en los titulares o en el cuerpo de la noticia. Como señala McCombs y Luna Pla (2003), los medios transmiten a sus audiencias una idea de determinados hechos, pero no sólo eso, sino que también los consumidores reciben sutiles y efectivos mensajes sobre los temas y personas que son los más importantes; por lo cual los *mass media* son parte fundamental en la formación de la percepción que tienen sus consumidores de su entorno, de su realidad, lo cual es aplicable en los temas políticos y en situaciones de crisis, en donde los medios intervienen para definir la importancia; pero no sólo eso, sino también para establecer los atributos o características de los temas y personas.

Las valoraciones diametralmente opuestas: positivas o negativas, favorables o

desfavorables, buenas o malas, así como los campos de identidad de protagonistas, antagonistas y audiencias se determinaron a través del análisis de contenido, el análisis de aserciones evaluativas y la metodología de los movimientos sociales.

Se encontró que **los dos periódicos hicieron uso de actores políticos y sociales para generar valoraciones positivas y/o negativas en la crisis política del desafuero, tanto cuantitativa como cualitativamente, pero fue principalmente al convertir a las audiencias en protagonistas y/o antagonistas, estrategia utilizada tanto por *La Jornada* como por el *Reforma*, pero más por el diario de izquierdas. Además el uso de herramientas y elementos periodísticos, así como de atributos y encuadres, permite afirmar que los dos diarios buscaron influir en la percepción de sus audiencias sobre el desafuero del gobernante capitalino.**

En los campos de identidad, de inicio se determinó a Andrés Manuel López Obrador como protagonista, debido a que era la autoridad que resolvería la expropiación del predio “El Encino” y posteriormente se convertiría en el servidor público que sería desaforado. Además del jefe de gobierno capitalino, su partido y miembros de su gabinete de entrada serían definidos como protagonistas. En contraparte y por declaraciones del propio López Obrador los antagonistas serían el Presidente de la República, el Partido Acción Nacional –del cual emana el ejecutivo federal–, las dependencias del Gobierno Federal y el Partido Revolucionario Institucional.

El tercer campo de identidad, las audiencias, destacan debido a que la mayoría de ellas al ser presentadas en los diarios analizados no mantuvieron una postura neutral como era de esperarse, exhibieron un cambio en su campo de identidad y se transformaron en protagonistas o antagonistas en el desafuero por sí mismas o por la forma en cómo los media presentaban la información. Se hizo uso de las fuentes informativas como parte de la estrategia en la crisis del desafuero.

De las audiencias destacan principalmente los dos diarios, *La Jornada* y el *Reforma*, que tomaron una posición clara frente al desafuero de López Obrador, por lo **que los media no son actores pasivos y/o neutrales que solamente transmiten información, sino actores muy activos que buscan interpretar la realidad y transmitir puntos de vista a sus audiencias; además que se convierten en protagonistas y/o antagonistas.**

A partir de las valoraciones diametralmente opuestas de la variable o unidad de registro de sesgo o atributos, se identificó una separación aún mayor en el manejo de la información sobre el desafuero entre los dos diarios. **De entrada se puede afirmar que**

los dos medios hicieron uso de adjetivos, calificativos y adverbios en su información en un gran número de ocasiones, al registrar el 80 por ciento de las inserciones sobre el desafuero algún atributo positivo o negativo. La diferencia entre los dos medios es totalmente opuesta al compararlos. De las inserciones con atributos positivos, *La Jornada* alcanza el 69,6 por ciento y el *Reforma* el 30,4 por ciento restante; pero en la información desfavorable el diario de izquierda contabiliza el 18,4 por ciento frente al 81,6 por ciento del periódico de derecha, **lo cual confirma aún más la hipótesis de que los medios analizados tendieron a confirmar su línea editorial y se conformaron en protagonista (el primero de ellos) y en antagonista (el segundo).** *La Jornada* busca presentar ampliamente atributos favorables a Andrés Manuel López Obrador, mientras que el *Reforma*, aunque publica impactos positivos, exhibe a un jefe de gobierno de la Ciudad de México con características negativas.

De forma más específica y haciendo uso de elementos periodísticos cualitativos, los dos rotativos hicieron uso de ellos y se consolida *La Jornada* como protagonista y el *Reforma* como antagonista. En la variable página, porcentualmente se mantiene la tendencia en *La Jornada* de apoyar y generar marcos positivos en favor del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, mientras que el *Reforma* presenta lo contrario, aunque existe un mayor balance entre las publicaciones positivas *versus* negativas en el diario de derecha que en el de izquierda. La tendencia se aprecia en la página principal, la portada, ya que el *Reforma* registra 13 impactos desfavorables frente a 10 favorables; mientras que en *La Jornada* son cuatro las inserciones negativas por 37 positivas.

En el caso de la variable sección, que genera encuadres por sí misma, como se comentó, el diario de derecha cuando al tema le dio un carácter nacional fue más negativo, y al contrario, cuando lo consideró un problema local tendió a ser positivo; en este diario resalta la sección internacional, que por sí misma le da ese encuadre y siempre lo hace de forma positiva.

El uso de atributos resaltó aún más cuando se estudiaron los géneros y elementos periodísticos, como la información a 8 columnas, en la cual es prácticamente opuesto el manejo de la información en los dos diarios. *La Jornada* presentaba el 60 por ciento en sus espacios de mayor importancia de forma positiva y el 10 por ciento en forma negativa; mientras que en el *Reforma* la totalidad de sus 8 columnas presentaban sesgos desfavorables. En la fotografía de mayor importancia y en la caricatura se acentúa más la diferencia, el diario dirigido por Carmen Lira publica la totalidad de las imágenes a 8 columnas y de los cartones con atributos positivos; mientras que en el de

Alejandro Junco la totalidad de los impactos de los dos géneros citados son con características negativas.

En todos los géneros periodísticos al comparar *La Jornada* y el *Reforma* siempre el primer diario publica más inserciones favorables. El diario de Carmen Lira no publica impactos negativos en los géneros de: fotografía a 8 columnas, columna, caricatura, crónica y cartas al lector; mientras que el periódico de Alejandro Junco sí lo realiza. En contraparte, con atributos favorables el *Reforma* no hace uso de los géneros o elementos periodísticos a 8 columnas o noticia principal, caricatura y entrevista.

Un elemento que destaca, debido a que es el único que controla en su totalidad el emisor o fuente informativa, es el desplegado publicitario, donde el *Reforma* presenta un mayor número de impactos positivos por inserciones pagadas (63,6 por ciento) que negativos (18,2 por ciento); mientras que en *La Jornada* se contabilizó 92,9 por ciento de espacios comprados de forma favorables, frente a 7,1 por ciento de desfavorables.

En *La Jornada* en todos los géneros periodísticos se publica un mayor número de inserciones favorables *versus* las desfavorables. En el *Reforma* se presentan géneros que registran un mayor número de impactos desfavorables contra los favorables, los cuales son: 8 columnas, fotografía a 8 columnas, columna, caricatura y Cartas a *Reforma*. En el caso contrario, los géneros o elementos periodísticos que presentan un mayor número de publicaciones positivas sobre las negativas en el diario de derecha son: nota general, fotografía, crónica y el desplegado publicitario. Los restantes géneros presentaron el mismo número de impactos, los cuales son: artículo, entrada e infografía.

11.2.3. Conformación de campos de identidad en la madurez de la crisis

Las variables de medio, generador o fuente informativa y sesgo o atributos permitieron identificar y definir los campos de identidad de los actores a través de su participación, no solamente por la definición de los propios actores. En párrafos anteriores definimos a *La Jornada* como protagonista y al *Reforma* como antagonista por el uso de los elementos periodísticos cualitativos para presentar la información en la etapa de madurez de la crisis del desafuero de López Obrador. Asimismo, se precisó al propio Andrés Manuel López Obrador, a su partido y a actores de izquierda como protagonistas; mientras que a Vicente Fox, a su partido, al Gobierno Federal y al Partido Revolucionario Institucional, como antagonistas, pero el manejo informativo de los diarios modificó en parte dicho planteamiento.

Los campos de identidad en *La Jornada*, presentaron modificaciones generadas

por el propio medio. En el rol de los protagonistas la postura de los actores y la presentación en el diario de izquierda sí coinciden; pero en los de los antagonistas se registran variaciones. Por su parte el *Reforma* en la etapa más álgida de la crisis del desafuero, presenta una cobertura en los campos de identidad más definidos y concuerdan con los roles asignados.

En la madurez de la crisis se contabilizaron un total de 52 actores o generadores de información, de los cuales 45 presentaron información favorable sobre el desafuero; mientras 32 provocaron inserciones negativas. De forma particular, en *La Jornada* tuvieron acceso con sus puntos de vista 44 generadores de información; de éstos, 10 hablaron de forma desfavorable sobre el desafuero y 43 lo hicieron de forma positiva. Cabe destacar que el único generador que participó en el diario de izquierda y no habló de forma negativa fue la Suprema Corte de Justicia de la Nación, pero tampoco lo hizo de forma positiva, tuvo una participación y fue neutral. En el caso del *Reforma* se tiene que hizo uso de 47 actores que participaron en el retiro del fuero constitucional al gobernante capitalino, de los cuales, 28 lo hicieron de forma positiva y 32 de forma negativa. **Ambos diarios resaltaban y hacían uso de sesgos, atributos, características y encuadres para ser transmitidos a sus audiencias en las diferentes etapas de la crisis, pero principalmente en la fase de madurez, que coinciden con su línea editorial.**

De forma más detallada tenemos que en *La Jornada* los actores o fuentes informativas contrarios a López Obrador, los antagonistas, como las dependencias del Gobierno Federal, el Partido Acción Nacional y el Partido Revolucionario Institucional generaron información negativa hacia el Jefe de Gobierno capitalino, pero resalta que era superada por las inserciones favorables, lo cual no coincide con su campo de identidad. Solamente dos actores generaron mayor información negativa *versus* positiva, el Presidente de la República, Vicente Fox, y la Procuraduría General de la República, lo cual concuerda con su campo de identidad.

En cuanto a los protagonistas en *La Jornada*, éstos sí generan información acorde con su campo de identidad, pero de una forma abrumadora, al grado que el jefe de gobierno capitalino, su partido el PRD, el Gobierno del Distrito Federal, la Asamblea Legislativa del Distrito Federal –de mayoría perredista–, el Partido del Trabajo, tendiente a la izquierda y los eventos sobre el desafuero, siempre generaron información favorable al gobernante capitalino.

En el diario de izquierda resalta el manejo de la información de las audiencias, como la Iglesia Católica, la iniciativa privada, los especialistas jurídicos, otros medios, actores extranjeros, la Comisión de Derechos Humanos, organizaciones sociales, los ciudadanos, organizaciones no gubernamentales, la Universidad Nacional Autónoma de México y el propio medio *La Jornada*, que se convirtieron en protagonistas, apoyaban al 100 por ciento a López Obrador, salvo la iniciativa privada y una articulista del periódico de Carmen Lira, que generaron comentarios negativos, pero fueron superados ampliamente por los positivos.

En el *Reforma* los campos de identidad se presentan de acuerdo con las tendencias ideológicas de los involucrados. Los protagonistas presentan mayor información positiva, como es el propio Andrés Manuel López Obrador y su partido, el PRD, el Gobierno del Distrito Federal, la Asamblea Legislativa del Distrito Federal –de mayoría perredista–, los partidos políticos Del Trabajo y Convergencia, que son de izquierda, y los eventos sobre el desafuero. Los antagonistas a López Obrador en el diario de derecha son: el Presidente Vicente Fox Quesada, su partido Acción Nacional, el Gobierno Federal, el Partido Revolucionario Institucional, el Partido Verde Ecologista de México y la Procuraduría General de la República, que presentan un mayor porcentaje de la información desfavorable *versus* favorable, como era de esperarse.

Respecto a las audiencias en el *Reforma*, se presenta un equilibrio; la iniciativa privada, los especialistas jurídicos, las organizaciones no gubernamentales y el propio rotativo pasaron de ser audiencia para convertirse en antagonistas al contabilizarse un mayor número de impactos negativos *versus* positivos. Pero los ciudadanos, los actores extranjeros y las organizaciones sociales se inclinaron en ser protagonistas, éstos generaron más información positiva que negativa. En este campo de identidad resaltan los intelectuales y/o artistas y la Universidad Nacional Autónoma de México, que respaldaban totalmente al Jefe de Gobierno del Distrito Federal.

La mayoría de las audiencias al ser presentadas en los diarios analizados no mantuvieron una postura neutral como era de esperarse, exhibieron un cambio en su campo de identidad y se transformaron en protagonistas o antagonistas en el desafuero por sí mismas o por la forma en cómo los media presentaban la información, **por lo que se hacía uso de las fuentes informativas como parte de la estrategia en la crisis del desafuero, lo cual comprueba que los media no son actores pasivos y/o neutrales**

que solamente transmiten información, sino son actores muy activos que buscan interpretar la realidad y transmitir puntos de vista a sus audiencias.

11.2.4. Identificación de encuadres en la crisis del desafuero

En la etapa de madurez de la crisis del desafuero de Andrés Manuel López Obrador se hizo uso de la metodología de investigación de *framing* aplicada en los movimientos sociales, que fue modificada para su empleo de forma conjunta con el análisis de aserción evaluativa, permitiendo definir un marco y método analítico para identificar el establecimiento de encuadres por parte de *La Jornada* y el *Reforma*.

De forma particular, tanto los protagonistas como los antagonistas buscaban transformar los marcos primarios de sus opositores, principalmente los que buscaban presentar al desafuero como tema político-electoral *versus* tema jurídico, el de pacífico *versus* violento, respetuoso de la ley y las instituciones *versus* infractor de la ley y de las instituciones. Worden y Benford subrayan que “lo que cambia no son los contornos objetivos de la situación, sino más bien el modo en que la situación es definida y, en consecuencia, el modo en que es experimentada” (2006: 61). La transformación de los marcos permite, principalmente, reducir la ambigüedad y la incertidumbre, así como disminuir la posibilidad de que se presenten marcos engañosos, errores de interpretación y disputas entre los marcos.

Durante la crisis del desafuero se hicieron uso de enmarcados de diagnóstico, pronóstico y de motivo. Los protagonistas, desde el inicio de la crisis, generaron un enmarcado del diagnóstico, al señalar al Presidente de la República, a su partido, Acción Nacional, al Gobierno Federal y al Partido Revolucionario Institucional como los responsables del desafuero y además de ser los culpables de acabar con la nascente democracia mexicana. Los antagonistas enmarcaban a López Obrador como un gobernante que no respetaba las leyes ni las sentencias, por lo que era culpable del delito de desacato.

El enmarcado del pronóstico que manejaron los protagonistas y antagonistas fue diferente a lo largo de la crisis del desafuero, por los menos en los 12 meses que se llevó a cabo el seguimiento. En el inicio, desarrollo y madurez de la crisis para los primeros era necesario detener el proceso del retiro del desafuero, ya que era un ataque a la imagen, al gobierno y a la candidatura de López Obrador para la Presidencia de la República en 2006, con lo cual además atacaban a la democracia mexicana, la libertad alcanzada en 2000 con la alternancia política. Para los segundos solamente se trataba de

un proceso judicial por desacato a la autoridad, por lo que el jefe de gobierno capitalino debería responder por el delito ante la justicia, no se trataba en ningún momento de afectar sus derechos políticos y menos de dejarlo fuera de la carrera presidencial. En la etapa de madurez los citados encuadres trataron de ser establecidos con mayor fuerza.

En la etapa del repunte de la crisis, del 19 al 25 de abril, los enmarcados de pronósticos fueron modificados primeramente por los antagonistas, quienes buscaban una salida política al desafuero y la reinstalación del Jefe de Gobierno del Distrito Federal; este hecho se registra claramente el 20 de abril, publicado al siguiente día, el 21, cuando “la Procuraduría General de la República (PGR) consignó ayer ante el juzgado 12 de distrito el expediente por el caso del predio ‘El Encino’, y solicitó que se le inicie proceso penal a Andrés Manuel López Obrador como probable responsable del delito de abuso de autoridad, por haber violado una suspensión de amparo. Sin embargo, en lugar de orden de aprehensión, la dependencia pidió una de comparecencia, y manejó en secreto que por la mañana dos militantes panistas pagaron 2 mil pesos de caución que el Ministerio Público Federal autorizó para que el jefe de Gobierno del Distrito Federal no pudiera ser encarcelado” (Castillo y Méndez, 2005: 1). Los protagonistas, por su parte, mantuvieron los encuadres de una crisis política-gubernamental-electoral, pero reforzaban el enmarcado de que López Obrador era una víctima de las fuerzas políticas de toda la vida, quienes no deseaban un verdadero cambio democrático; el propio López Obrador buscó que procediera su detención o por lo menos externó esa postura al molestarse con los legisladores panistas que pagaron su fianza.

Para la etapa de declive final se mantiene la búsqueda de la salida política al desafuero con mayor intensidad, encuadre que es apoyado por ambas partes, lo que permite llegar a un consenso y que disminuya el conflicto, el enfrentamiento y la crisis. El 27 de abril de 2005, el Presidente Vicente Fox, en un mensaje a la nación, da a conocer que se busca una salida alterna al desafuero de López Obrador; para el 3 de mayo la Presidencia de la República da por terminado el asunto del jefe de gobierno capitalino; finalmente, el 6 de mayo de 2005 se reúnen Vicente Fox y Andrés Manuel López Obrador llegando al acuerdo de buscar una alternativa política al tema del desafuero.

Respecto a los enmarcados de motivos o llamado a las armas, los protagonistas hicieron uso de éstos desde el inicio, lo que se prolongó en toda la crisis, el presentar el tema del desafuero como un ataque a la nascente democracia del país y que era un

complot político-electoral para dejarlo fuera de la carrera presidencial. Los protagonistas siempre alinearon los enmarcados de diagnóstico y pronóstico para ganar el mayor número de adeptos que se veían en las movilizaciones ciudadanas que alcanzaban los miles de manifestantes. La conexión de los tres enmarcados, así como la creación de encuadres, la generación de puentes, la amplitud y extensión de los marco de referencia y la amplitud y extensión de los *framings* permitieron a los protagonistas un mejor desempeño en el manejo de la crisis, obtener un mayor número de adeptos, así como el respaldo y la movilización ciudadana.

11.3. CONCLUSIONES FINALES

La crisis del desafuero de Andrés Manuel López Obrador fue una situación extraordinaria que registró una amplia cobertura mediática, que estuvo sujeta a la violencia editorial de los escritores, como señala Goffman (2006), lo cual permitió que formara parte de las agendas pública y política. La característica de negatividad genera un mayor interés por parte de los medios masivos de comunicación, y el desafuero de Andrés Manuel López Obrador presenta esa propiedad.

La diferencia entre el particular y la administración de la Ciudad de México se convierte en una crisis cuando es presentada y seguida por los medios masivos de comunicación, lo cual la convierte en un asunto de interés público en el que intervienen diversos grupos, individuos, organizaciones, entre éstas los propios media, que intervendrán y actuarán al buscar, producir y distribuir información de forma favorable o desfavorable.

La intervención de los medios provoca la comunicación proactiva de los involucrados, y principalmente del actor que se encuentra inmerso en la crisis, que puede ver afectada su imagen. La situación judicial que desembocó en una crisis política-gubernamental-electoral se puede calificar como anunciada, ya que sin duda el gobierno de la capital mexicana y su líder tenían conocimiento de la demanda y las decisiones –la estrategia jurídica– que tomaban podían terminar, mantener o hacer crecer las diferencia entre los involucrados y el incremento de actores intervinientes.

En las situaciones de crisis la imagen de quien se encuentra inmerso en el entorno crítico puede verse afectada, principalmente en contextos de carácter político, en donde existen opositores o antagonistas que obtendrían beneficios, por lo que una de las herramientas de mayor importancia es el manejo de la comunicación, al grado que permite matizar o luchar por la desaparición del disenso público, permite influir en los

actores neutrales o en las audiencias en la situación de crisis; además de llegar a modificar la actitud negativa de los diversos actores o campos de identidad involucrados.

Pero el tema del desafuero del gobernante capitalino sin duda alguna no se encuentra totalmente establecido en las diferentes etapas de la crisis, como se mencionó en la primera subhipótesis, en donde se presumía que en situaciones críticas el tema se encuentra establecido. Es posible señalar que no es así, por lo menos en las etapas de pre-crisis, nacimiento, desarrollo, declive y poscrisis, fases en la que el tema sí debe luchar por ser o no establecido en las agendas.

En las etapas de madurez y repunte el tema forma parte de las agendas mediática, política y pública, por lo que no se registra una disputa por establecerse, el en qué pensar. Lo que se presenta en estas etapas es la batalla por los atributos y encuadres, en el cómo presentar la información a las audiencias. En las etapas de menor intensidad de la crisis –inicio, desarrollo y declive– también se presenta una disputa por establecer las características y marcos de referencia de la crisis, pero principalmente la batalla es en establecer el tema.

Las situaciones de crisis política –al igual que en los movimientos sociales– crean protagonistas, antagonistas y audiencias, entre ellos los medios masivos de comunicación, que buscaron, en nuestro estudio de caso, participar activamente en la conformación de las percepciones de las audiencias, por lo que hicieron uso de las herramientas y elementos a su alcance para influir, al grado de cambiar en algunas ocasiones los campos de identidad de los actores involucrados, principalmente de las audiencias.

El desafuero de López Obrador tenía de forma muy precisa los personajes principales de la crisis, los protagonistas y antagonistas de la historia; además de que se buscaba la participación de las audiencias para sumarse a una de las dos posiciones confrontadas, el apoyar o no el desafuero del gobernante capitalino. Las situaciones de crisis por sí mismas registran un alto grado de negativismo, pero en nuestro estudio por ser política y con actores que se encontraban en un juego de suma cero, en el que el beneficio es al mismo nivel que la afectación del contrario, el grado de negativismo fue alto y continuo, hasta la fase de declive final, cuando las partes confrontadas moderaron el discurso y buscaron el acuerdo.

Dentro de la crisis del desafuero, además se registró una amplia movilización de personas por parte de los protagonistas, lo cual generaba el encuadre de un gran apoyo

social hacia el jefe del gobierno capitalino. Pero fue la creación de *framings*, la generación de puentes, la amplitud y extensión de los marcos las que propiciaron la suma de los ciudadanos a las manifestaciones y a la posición de apoyo al gobernante capitalino.

Según lo expuesto podemos decir que de seis subhipótesis se han cumplido total o parcialmente cuatro, con lo que como punto y final a nuestras conclusiones confirmamos que la capacidad que tienen los medios masivos de comunicación para influir en qué y cómo pensar en ciertas situaciones de crisis políticas está relacionada con el uso pragmático que hacen de la investigación aplicada en las teorías de la *agenda setting* y del *framing*.

De forma específica, en la crisis política del desafuero del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, los dos medios impresos analizados no sólo informaron del suceso, sino que hicieron uso de las herramientas periodísticas a su alcance, tanto cuantitativas como cualitativas, para influir en la percepción de sus audiencias sobre el retiro del fuero constitucional, por lo cual no eran simples transmisores de la información, sino que se involucraron tanto como protagonistas, como antagonistas en dicha crisis (capítulo 3, hipótesis principal).

El poder que tienen los medios masivos de comunicación continua vigente en la actualidad, por lo que los estudios para demostrar la manipulación de la información deben de mantenerse y formar parte de investigaciones sobre los medios, principalmente como una denuncia. Y, dentro de estos habría que prestar especial relevancia a las posibles consecuencias electorales, porque aunque no se puede definir si la crisis influyó en el resultado de las elecciones de 2006, cuando López Obrador partía como favorito y algunos medios fueron favorables a su causa otros no, lo cierto es que la conversión de un tema judicial en una situación de crisis político-gubernamental pudo tener repercusiones electorales. Es cierto que quedamos abiertos a un estudio más en esta línea con el análisis directo de los ciudadanos mexicanos.

12. BIBLIOGRAFÍA

Abela, J. (30 de Abril de 2003). *Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada*. Recuperado el 25 de Julio de 2015, de Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>

Allport, G. (1965). *Letters for Jenny*. New York: Harcourt. Brace y World.

Alsina, R. (1996). *La construcción de la noticia*. Barcelona, España: Paidós.

Anderson, J., y Bower, G. (1974). "A propositional theory of recognition memory". *Memory & Cognition* , 2 (3), 406 - 412.

Asociación Mexicana de Internet. (2004). *Hábitos de los usuarios de internet en México, 2004. Resumen ejecutivo*. Amipci. México: Amipci.

Asociación Mexicana de Internet. (mayo de 2009). *Asociación Mexicana de Internet*. Recuperado el 07 de 02 de 2010, de www.amipci.org: https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/2009_Habitos_Usuarios_Internet_Mx.pdf

Asociación Mexicana de Internet. (12 de Diciembre de 2014). *Estudios sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2014*. Recuperado el 25 de Julio de 2015, Asociación Mexicana de Internet: https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/Estudio_Habitos_del_Internet_Mexicano_2014_V_MD.pdf

Asp, K. (1986). *Maktiga Massmedier*. Stockholm: Akademilitteratur.

Banco de México. (2005). *Informe anual 2005*. Banco de México. México.

Bardin, L. (1991). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.

Bateson, G. (1972). *Steps to an ecology of mind* . New York, EEUU: Ballantine Books .

Bem, D. (1970). *Beliefs, attitudes, and human affairs*. Belmont: Brooks/Cole Publishing.

Berelson, B. "Communication and public opinion". En *Communications in modern society*, de W Schramm, 167-185. Illinois: University of Illinois Press, 1948.

Berelson, B., Lazarsfeld, P., y McPhee, W. (1954). *Voting. A study of opinion formation in presidential campaign*. Chicago, EEUU: University of Chicago Press.

Berger, P., y Luckmann, T. (1985). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism. Perspective and Method*. New Jersey: Prentice-Hall.

Böckelmann, F. (1975). *Theorie der Massenkommunikation. Das System hergestellter Öffentlichkeit, Wirkunsforschung und gesellschaftliche Kommunikationserhältnisse*. Franckort: Suhrkamp.

Bonilla Gutiérrez, C. (2002). “Prevención y Manejo de Crisis Organizacionales”. *Razón y palabra* (30).

Boorstin, D. (1971). *The imagen. From news gathering to news making: a flood of psuedo events*.

Borhek, J., y Curtis, R. (1975). *A sociology of belief*. New York: Wiley.

Botta, M. (1997). *Comunicaciones escritas en la prensa*. Barcelona: Garnica.

Breed, W. (1955). “Social control in the new room: a functional analysis”. *Social force* (33), 326 - 335.

Bryant, J., y Zillmann, D. (1996). *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós.

Caballero Romero, J. (1991). “Etnometodología: una explicación de la construcción social de la realidad”. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* (56), 83-114.

Cáceres, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido. Una alternativa metodológica alcanzable. *Psicoperspectivas II*, 53-82.

Camacho González, A. (4 de Abril de 2005). “A los adversarios políticos se les vence en las urnas”. *La Jornada* , pág. 2.

Canel, M. (2008). *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid, España: Tecnos.

Canel, M. J., Llamas, J. P., y Rey, F. (2003). “El primer nivel del efecto de agenda - setting en la información local: los ‘problemas más importantes’ de la ciudad de Pamplona”. En M. McCombs, y I. Luna Pla, *Agenda - setting de los medios de comunicación* (págs. 31 - 55). Los Mochis, México: Universidad Iberoamericana y Universidad de Occidente.

Cantril, H. (1940). *The invasion from Mars: A study in the psycology of panic*. Princenton, EEUU: Princenton University Press.

Caño, A. (15 de Febrero de 2004). “Nuevo golpe de Salinas a la corrupción financiera en México”. *El País* .

Carreño Carlón, J. (12 de Marzo de 2015). Sala de Prensa. Recuperado el 12 de Marzo de 2015, “Cien años de subordinación. Un modelo histórico de la relación entre prensa y poder en México en el siglo XX”: <http://www.saladeprensa.org/art102.htm>

Carreño Carlón, J. (2002). *Comunicación para el manejo de crisis*. Instituto Nacional de Administración Pública, Universidad Iberoamericana y Universidad Iberoamericana. México: Instituto Nacional de Administración Pública, Universidad Iberoamericana .

Casero Ripollés, A. (2004). “Medios de comunicación y actores políticos en situaciones de crisis: La producción negociada de la realidad política”. *Zer* , 9 (17), 143 - 164.

Casero Ripollés, A. (2008). *La construcción mediática de las crisis políticas*. Madrid, España: La Fragua.

Castillo, G., y Bolaños Sánchez, A. (16 de Mayo de 2004). “La Corte dejó sin efecto desde 2003 un dictamen contra el GDF por El Encino”. pág. 1.

Centro de Investigaciones Sociológicas. (julio de 2000). *Centro de Investigaciones Sociológicas*. Recuperado el 07 de febrero de 2007, de www.cis.es: http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Boletines/26/BDO_26_Medios.html

Centro de Investigaciones Sociológicas. (13 de septiembre de 2001). *Centro de Investigaciones Sociológicas*. Recuperado el 07 de febrero de 2007, de www.cis.es: http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2420_2439/2429/e242900.html

Centro de Investigaciones Sociológicas. (septiembre - diciembre de 2003). www.cis.es. Recuperado el 07 de febrero de 2007, de Centro de Investigaciones Sociológicas: http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Boletines/33/BDO_33_TVRadio.html

Centro de Investigaciones Sociológicas. (30 de marzo de 2004). *Barómetro de marzo 2004*. Recuperado el 25 de Julio de 2015, de Centro de Investigaciones Sociológicas: <http://www.cis.es>

Centro de Investigaciones Sociológicas. (2 de marzo de 2015). Centro de Investigaciones Sociológicas. (B. d. 2015, Productor) Recuperado el 30 de marzo de 2015, Centro de Investigaciones Sociológicas: www.cis.es

Chihu Amparán, A. (2006). *El análisis de los marcos en la sociología de los movimientos sociales*. México, México: Porrúa.

Chomsky, N. (19 de Octubre de 2014). “Texto completo de la entrevista a Noam Chomsky en la FIL del Zócalo”. (P. Taibo II, y F. Mejía Madrid, Entrevistadores). *La Jornada*.

Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton: University Press.

Converse, P. (1964). “The nature belief system in mass publics”. En D. Apter, *Ideology and discontent* (págs. 206-261). New York: Free Press.

Cooley, C. (1909). *Social organization: a study of the larger mind*. New York, EEUU: Charles Scribner's Son.

- Crespo, I. (2002). *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión del voto* (Vol. I). Madrid, España: Tirant Lo Blanch.
- Cruz Flores, A. (23 de Junio de 2014). “El polémico predio El Encino ya forma parte del patrimonio del gobierno local”. *La Jornada* , pág. 30.
- D'Adamo, O., García Beaudoux, V., y Freidenberg, F. (2007). *Medios de comunicación y opinión pública*. Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Dader, J. (1990). “La canalización o fijación de la ‘agenda’ por los medios”. En A. Muñoz - Alonso, *Opinión pública y comunicación política* (págs. 294 - 318). Madrid, España: Eudema Universidad.
- Dautrich, K., y Hartley, T. (1999). *How the news media fail american voters: causes, consequences and remedies*. New York, EEUU: Columbia University Press.
- Davison, P. (1983). “The third-person effect in communications”. *Public opinion quarterly* , 1 (47), 1 - 15.
- De Fleur, M., y Ball-Rokeach, S. (1989). *Teoría de la comunicación de masas*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- De Fluier, M., y Dennis, E. (1996). *Understanding mass communication. A Liberal Arts Perspective*. New York, EEUU: Houghton Mifflin College Div.
- De la Madrid Hurtado, M. (12 de Diciembre de 2005). “Perdió el PRI en el 88: De la Madrid”. Recuperado el 12 de Diciembre de 2005, de Primero Noticias: www.esmas.com/noticierostelevisa/mexico/476160.html
- Dearing, J., y Rogers, E. (1996). *Agenda - Setting*. California, EEUU: Sage Publications.
- Debray, R. (1995). *El estado seductor*. Buenos Aires, Argentina: Manantial.
- DeGeorge, W. (1981). “Conceptualization and measurement of audience agenda”. En G. Wilhoit, *Mass Communication Review Yearbook* 2 (págs. 219 - 222). Beverly Hills: Sage.
- Del Val Cid, C. (1996). *Opinión pública y opinión publicada. Los españoles y el referéndum de la OTAN*. Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Díaz Arteaga, M. (6 de Abril de 2005). “El pagano”. *Reforma* , pág. 6.
- Dobry, M. (1998). *Sociología de las crisis política*. Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Doelker, C. (1979). *La realidad manipulada*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Domenach, J.-M. (2001). *La propaganda política*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.

Donohue, G., Tichenor, P., y Olien, C. (1972). "Gatekeeping. Mass Media System and Information Control". En G. Kline, y P. Tichenor, *Current Perspectives in Mass Communication Research* (págs. 41-69). Beverly Hills: Sage.

Donsbach, W. (1995). "Contenidos, utilización y efectos de la Comunicación Política". En A. Muñoz - Alonso, y J. Rospir, *Comunicación política* (pág. 71 . 118). Madrid, España: Universitas.

El País. (2002). *El País. Libro de estilo*. Madrid: Santillana.

Elizalde, L. (2004). *Estrategias en las crisis públicas. La función de la comunicación*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Entman, R. (1993). "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm". *Journal Communication* , 3 (43), 51-58.

Escat, M. (7 de febrero de 2010). *Comunicación en momentos de crisis*. Recuperado el 7 de febrero de 2010, de área RH.com: http://www.arearh.com/rhh/comunicacion_crisis.htm

Farré Coma, J. (2004). "Espirales de riesgo en tiempo de crisis". *Zer* , 9 (17), 27 - 43.

Fernández, C., y Paxman, A. (2000). *El tigre Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México, México: Grijalbo.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, EEUU: Stanford University Press.

Fierro, A. (1981). "El estudio del significado mediante pruebas de sustitución de palabras". *Estudios de psicología* (5 y 6), 119-136.

Fink, S. (1986). *Crisis management: Planning for the inevitable*. New York: Amacom.

Fiske, S., y Taylor, S. (1984). *Social Cognition*. Reading Addison-Wesley.

Fita, J. (2000). *Comunicación en programas de crisis*. Barcelona, España: Gestión 2000.

Fundación Telefónica. (2007). *Medios de comunicación. El escenario Iberoamericano. Tendencias '07*. Madrid: Ariel.

Funkhouser, G. (1973). "Trends in media coverage of the issues of the sixties". *Public Opinion Quarterly* (50), 533-538.

Gamson, W. (1989). "News as Framing". *American Behavioral Scientist* , 2 (33), 157-161.

Gans, H. (1997). *Deciding what's news*. New York: Vintage.

García Galera, M., Linares Rodríguez, V., Lucas Marín, A., Martín Cárdate, M., Ruíz San Román, J., y Vinuesa Tejero, M. (2009). *La nueva comunicación*. Madrid: Trotta.

García Galera, M., Vinuesa Tejero, M., y Lucas Marín, A. (2009). “Estudios generales sobre los efectos de los medios de comunicación”. En M. d. García Galera, V. Linares Rodríguez, A. Lucas Marín, M. Martín Cárdate, J. Ruíz San Román, y M. Vinuesa Tejero, *La nueva comunicación* (págs. 324-355). Madrid: Trotta.

García Rubio, C. (2013). “Radiografía de la prensa diaria en México en 2010”. *Comunicación y sociedad* (20), 65 - 93.

García, C., y Romo, L. (26 de Marzo de 1994). “Destapa NYT a Zedillo”. *Reforma*.

Garfinkel, H. (1967). *Studies in Ethnomethodology*. Malden Ma: Prentice-Hall.

Garnica Hernández, A., y Jara Elías, R. (2007). *Medición de audiencia de televisión en México*. México, México: Grupo Editorial Patria.

Gerbner, G. (1973). “Cultural indicators - the third voice”. En G. Gerbner, L. Gross, y W. Melody, *Communications technology and social policy* (págs. 553 - 573). New York, EEUU: Wiley.

Gerbner, G., y Gross, L. (1980). “The violent face of televisión and Its lessons”. En E. Palmer, y A. Dorr, *Children and the face of television: teaching, violence, selling*. New York, EEUU: Academic Press.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., y Signonorielli, N. (1996). “Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación”. En J. Bryant, y D. Zillmann, *Los efecto de los medios de comunicación* (págs. 35 - 66). Barcelona, España: Paidós.

Gigliotti, R., y Jason, R. (1991). *Emergency planning for maximum protection*. Stoneham, Massachussets: Butterworth-Heinemann.

Giménez Armentia, P., y Berganza Conde, M. (2009). *Género y medios de comunicación. Un análisis desde la objetividad y la teoría del framing*. Madrid, España: Fragua.

Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching. Mass media in the making and unmaking of the new left*. Berkeley: University of California Press.

Goffman, E. (2006). *Frame analysis. Los marcos de la experiencia*. Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Gómez, R., y Sosa-Plata, G. (2011). *Los medios digitales: México*. Open Society Foundations. London: Open Society Foundations.

Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona, España: Paidós.

- González Herrero, A. (1998). *Marketing Preventivo. La comunicación de crisis en la empresa*. Barcelona, España: Bosch.
- Graber, D. (1984). "Mass media and American politics". Washington D.C.: Congressional Quarterly Press.
- Graber, D. (1995). "Los medios de comunicación y la política americana". En A. Muñoz - Alonso, y J. I. Rospir, *Comunicación política* (págs. 119 - 140). Barcelona, España: Ariel.
- Gross, L. (1977). "Television as a Trojan Horse". *School media quarterly* , 175 - 180.
- Guinsberg, E. (1995). "Acerca de los medios de comunicación y construcción de la realidad". *Subjetividad y cultura* (4), 2 - 4.
- Gutiérrez Vivó, J. (12 de Junio de 2008-2). "El caso Gutiérrez Vivó". *Aristegui CNN*. (C. Aristegui, Entrevistador)
- Gutiérrez Vivó, J. (12 de Junio de 2008). "El caso Gutiérrez Vivó". *Aristegui CNN*. (C. Aristegui, Entrevistador)
- Gutiérrez Vivó, J. (8 de Diciembre de 2006-1). "Gutiérrez Vivó en Aristegui". *Gutiérrez Vivó en Aristegui*. (C. Aristegui, Entrevistador)
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley.
- Hill, D. (1985). "Viewer Characteristics and Agenda Setting by Television News". *Public Opinion Quarterly* (49), 340 - 350.
- Holsti, O. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Addison Wesley.
- Hunt, S., Benford, R., y Snow, D. (2006). "Marcos de acción colectiva y campos de identidad en la construcción social de los movimientos". En A. Chihu Amparán, *El 'análisis de los marcos' en la sociología de los movimientos sociales* (págs. 155 - 188). México, México: Porrúa.
- Ibope, A. (2008). *Anuario 2008.-2009. Audiencias y medios en México*. Ibope AGB México. México: Ibope.
- Infosol. (15 de marzo de 2005). *Comunicación de crisis*. Recuperado el 15 de marzo de 2005, de Infosol: <http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/gi/crisis.htm>
- Instituto Nacional de Estadística, G. e. (20 de Marzo de 2015). http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/endutih2012.pdf. Recuperado el 20 de Marzo de 2015, de INEGI: <http://www.inegi.org.mx>
- Iyengar, S., y Kinder, D. (1993). *Televisión y Opinión Pública*. México, México: Gernika.

Jara Elias, R., y Garnica Hernández, A. (2012). *¿Cómo la ves? La televisión mexicana y su público*. México: Ibope AGB.

La Jornada. (07 de 02 de 2015). "Tarifas publicitarias 2015". Recuperado el 07 de 02 de 2015, de La Jornada: <http://www.jornada.unam.mx/tarifas/>

Juttelstand, A. (2004). "Trans Fats: Status and Solutions". *Food Tech* , 58 (1), 20-22.

Karwoski, T., y Odbert, H. *Color-music*. American psychological association.

Katz, E. (1980). "On conceptualizing media effects". En T. MacCormak, *Communications studies: decade of dissent*. Greenwich: JAI Press.

Katz, E., Blumler, J., y Gurevitch, M. (1974). "Uses of mass communication by the individuals". En P. Davison, W., y F. Yu, *Mass communication research*. New York, EEUU: Praeger.

Katz, E., Gurevitch, M., y Haas, H. (1973). "On the Use of Mass Media for Important Things". *American Sociological Review* (38), 164 - 181.

Katz, J. (1969). "Communication research and the imagen of society: Convergence of two traditions". *American Journal of sociology* , 65 (5), 110 - 121.

Kepplinger, H. (1975). *Realkultur und medienkultur: Literarische Karrieren in der Bundesrepublik* (Vol. 1). Friburgo y Munich: Alber-Broschur Kommunikation.

Kepplinger, H., y Brosius, H.-B. (1990). "The agenda-setting function of television news: Static and dynamic views". *Communication Research* , 2 (17), 183 - 211.

Kharbanda, O., y Stallworthy, E. (1986). *Management disasters and how to prevent them*. Vermont: Gower Publishing Company.

Kiousis, S. (2003). "Consecuencias cognoscitivas, actitudinales y conductuales de la agenda-setting". En M. McCombs, y I. Luna Pla, *Agenda-setting de los medios de comunicación* (págs. 121 - 137). Los Mochis, México: Universidad Iberoamericana, Universidad de Occidente.

Klapper, J. (1960). *The effects of mass communication*. New York, EEUU: Free Press.

Klapper, J. (1963). *The science of human communication*. New York, EEUU: Basic Books.

Koziner, N. (2013). "Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación". *Austral Comunicación* , 2 (1), 1 - 25.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

L Legislatura. (1998). *El Derecho a la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México*. Cámara de Diputados. México: Cámara de Diputados.

La Jornada. (27 de abril de 2005). “Castro: Fox, un ‘corderito’ de Estados Unidos”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (28 de Abril de 2005). “Renuncia" Macedo; revisión total al expediente de López Obrador: Fox”. *La Jornada*, 3.

La Jornada. (22 de Abril de 2005). “Divide el tema del desafuero a la Iglesia católica”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (12 de Abril de 2005). “De la Fuente: a AMLO hay que ganarle con votos”, 1.

La Jornada. (6 de Abril de 2005). “El desafuero sacude tasas, Bolsa y peso”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (13 de Septiembre de 2004). “Gil: la economía, con blindaje ante la guerra política”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (19 de Mayo de 2004). “Por miedo, la PGR tuerce la ley: López Obrador”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (7 de Abril de 2005). “Repulsa al desafuero en capitales financieras”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (23 de Abril de 2005). “Revés a la PGR en caso AMLO”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (24 de Abril de 2005). “Rushdie y Kapuscinski condenan el asalto a mexicanos”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (10 de Abril de 2005). “Obispo de Tampico cuestiona el proceso en San Lázaro”. *La Jornada*, 7.

La Jornada. (10 de Abril de 2005). “Salieron del país \$5,100 millones en la semana previa al desafuero”. *La Jornada*, 8.

La Jornada. (2 de Abril de 2005). “Desalojan la sede nacional del PRI. Temen agresión”. *La Jornada*, 12.

La Jornada. (2 de Abril de 2005). “Exhiben alianzas ‘sinistras’ del gobierno de Fox”. *La Jornada*, 36.

La Jornada. (2 de Abril de 2005). “Golpe a la transición democrática y a la izquierda, afirma Godoy”. *La Jornada*, 7.

La Jornada. (2 de Abril de 2005). “Hay buenas noticias, reiteraba Fox en Sinaloa”. *La Jornada*, 12.

La Jornada. (2 de Abril de 2005). “No al desafuero”. *La Jornada*, 15.

La Jornada. (2 de Abril de 2005). “Se reivindica la ley frente a actos anárquicos dicen Espino y Macedo”. *La Jornada*, 3.

La Jornada. (3 de Abril de 2005). “Confirman los 65 cenecistas en San Lázaro rechazo a la inhabilitación”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (3 de Abril de 2005). “Convocatoria al 20º Pleno con carácter Extraordinario del V Consejo Nacional”. *La Jornada*, 14.

La Jornada. (3 de Abril de 2005). “Manuel Espino calificó de arrogante al tabasqueño”. *La Jornada*, 12.

La Jornada. (4 de Abril de 2005). “Primero hablaré al pueblo, luego a diputados: AMLO”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (4 de Abril de 2005). “Se está construyendo un fraude electoral anticipado: intelectuales”. *La Jornada*, 8.

La Jornada. (4 de Abril de 2005). “Señala el STUNAM ‘acción de represión política’”. *la Jornada*, 12.

La Jornada. (5 de Abril de 2005). “Beltrones afila la guillotina contra López Obrador”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (5 de Abril de 2005). “Grandes sindicatos y organismos campesinos se suman a la resistencia”. *La Jornada*, 7.

La Jornada. (5 de Abril de 2005). “Inician ayunos de 24 horas en Ciudad Universitaria”. *La Jornada*, 7.

La Jornada. (6 de Abril de 2005). “Los mercados financieros, sin problema alguno, sostiene Fox”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (6 de Abril de 2005). “Ramírez de la O: inversionistas extranjeros sufren ya graves pérdidas”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (7 de Abril de 2005). “Andrés Manuel López Obrador por sí mismo”. *La Jornada*, 24.

La Jornada. (7 de Abril de 2005). “Eliminar a López Obrador retroceso democrático: Post”. *La Jornada*, 5.

La Jornada. (7 de Abril de 2005). “Golpe contra todos”. *La Jornada*, 2.

La Jornada. (7 de Abril de 2005). “La inhabilitación tendrá serias repercusiones en el 2006: CEM”. *La Jornada*, 18.

La Jornada. (7 de Abril de 2005). “Reprueba Wall Street la estrategia usada por Fox contra López Obrador”. *La Jornada*, 3.

La Jornada. (7 de Abril de 2005). “Repulsa al desafuero en capitales financieras”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (8 de Abril de 2005). “¡No estoy solo!”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (8 de Abril de 2005). “La oligarquía de siempre”. *La Jornada*, 2.

La Jornada. (8 de Abril de 2005). “López Obrador: deshonrosa trama de Fox y Azuela para desaforarme”. *La Jornada*, 1.

La Jornada. (9 de Abril de 2005). “El cargo le ha quedado grande a Fox y el desafuero lo ‘hundirá’: Raúl Vera”. *La Jornada*, 18.

La Jornada. (9 de Abril de 2005). “Expresa Izquierda Unida su solidaridad a López Obrador”. *La Jornada*, 18.

Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante*. Madrid, España: Complutense.

Lang, K., y Lang, G. (1962). “The mass media and voting”. En B. Burdick, *American voting behavior* (págs. 678 - 700). New York, EEUU: Free Press.

Lasswell, H. (1927). *Propaganda technique in the world war*. Nueva York, EEUU: Alfred A. Knopf.

Lasswell, H. (1948). *The structure and function of communication in society*. New York, EEUU: Harper.

Lawson, C. (2002). *Building the Fourth Estate, Democratization and the Rise of a Free Press in Mexico*. Berkeley, EEUU: University California Press.

Lazarsfeld, P., Berelson, B., y Gaudet, H. (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York, EEUU: Columbia University Press.

Lazarsfeld, Paul. (1940) *Radio and the Printed Page. An Introduction to the Study of Radio and Its Role in the Communication of Ideas*,. New York: Sloane and Pearce.

Leñero, V., y Marín, C. (1986). *Manual de periodismo*. México: Grijalbo.

Levario Turcott, M. (1 de Abril de 2003). “¿Crisis en La Jornada?”. *Etcétera*, 5 - 20.

Lewin, K. (1935). *A dynamyc theory of personality*. New York, EEUU: McGraw Hill.

Lewin, K. (1947). “Frontiers in group dynamics II. Channels of group life social planning and action research”. *Human relations* , 1 (2), 143 - 153.

Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid, España: Langre.

Lira Saade, C. (7 de Febrero de 2015). "La sociedad en el espejo de las princesas. ¿Quiénes somos?" Recuperado el 7 de Febrero de 2015, de La Jornada: <http://www.jornada.unam.mx/info/>

Lledo, J. (1993). *Management y marketing en tiempo de crisis*. Madrid, España: Tea Ediciones.

López - Escobar, E. (1987). "El informador profesional entre las fuentes y el público". En F. d. Información, *II Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información*. Pamplona, España: Universidad de Navarra.

López Noguero, F. (2002). "El análisis de contenido como método de investigación". *Revista de Educación* (4), 167-179.

López-Escobar, E. (1996). "Agenda-setting: investigaciones sobre el primero y segundo nivel". *Comunicación y Sociedad*, 9 - 15.

López, M. (1995). *Cómo se fabrican las noticias*. Barcelona, España: Paidós.

Lucas Marín, A., y García Ruíz, A. (2002). *Sociología de las organizaciones*. Madrid, España: McGraw Hill.

Lucas Marín, A., García Galera, C., y Ruiz San Román, J. A. (1999). *Sociología de la comunicación*. Madrid, España: Trotta.

Macedo García, A. (2005). *Encuesta de consumo de medios 2005-2*. Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Toluca: FCPyS.

Macedo García, A. (2015). *Encuesta de Consumo de Medios 2015-1*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Toluca.

Management, I. f. (2002). *Annual ICM Crisis Report. News coverage of business crisis durin 2001*. Louisville, Kentucky: Institute for Crisis Management .

Marín Calahorro, F. (2005). *Gestión técnica y de la comunicación en situaciones especiales. Crisis, emergencias y negociación*. Madrid, España: La Fragua.

Martín Llaguno, M. (2002). *La función del recuerdo de los medios de difusión*. Alicante, España: Monografías. Universidad de Alicante.

Martín Serrano, M. (1989). "Diseños para investigar la producción social de comunicación". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* (48), 79 - 90.

Martínez, C. (2 de Agosto de 1999). "El costo fiscal de pasivos bancarios será de 100 mil mdd en el 2000: Ramírez Cuéllar". *La Jornada*, 1.

Masuda, Y. (1968). *Una introducción a la Sociedad de la Información*. Tokio: Perikan-Sha.

- Masuda, Y. (1984). *La sociedad informatizada como sociedad postindustrial*. Tecnos: Fundesco- Tecnos.
- Matilla, K. (2005). "Comunicación interna". *Master en dirección de comunicación*. Barcelona: Universitat Politecnica de Catalunya.
- Mattelart, A., y Mattelart, M. (2008). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- Mayntz, R., Holm, K., y Hübner, P. (1980). *Introducción a los métodos de la sociología empírica*. Madrid: Alizan.
- McClure, R., y Patterson, T. (1976). "Print versus network news". *Journal of Communication* (26), 23 - 28.
- McCombs, M. (1999). "Personal involvement with issues on the public agenda". *Journal of Public Opinion Research*, 154 - 164.
- McCombs, M. (1996). "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo". En J. Bryant, y D. Zillmann, *Los efectos de los medios de comunicación* (13 - 34). Barcelona, España: Paidós.
- McCombs, M. (1998). "The focus of Public Attention". Ponencia presentada en The German Association for Media Effects Research. Frankfurt.
- McCombs, M. (2004, 2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, España: Paidós.
- McCombs, M., y Bell, T. (1997). "The Agenda-setting role of mass communication". En M. Salwen, y D. Stacks, *An integrated approach to communication theory and research* (93 - 113). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- McCombs, M., y Evatt, D. (1995). "Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la Agenda-setting". *Comunicación y Sociedad*, 1 (8), 7 - 32.
- McCombs, M., y Luna Pla, I. (2003). *Agenda-setting de los medios de comunicación*. Los Mochis, México: Universidad de Occidente, Universidad Iberoamericana.
- McCombs, M., y Shaw, D. (1972). "The agenda - setting function of the mass media". *Public opinion quarterly* (36), 176 - 187.
- McCombs, M., y Shaw, D. (1977). *The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press*. St. Paul: West Publishing Co.
- McCombs, M., y Shaw, D. (1986). "¿Qué agenda cumple la prensa?" En D. Graber, *El poder de los medios en la política* (81 - 92). Buenos Aires, Argentina: Grupo Editor Latinoamericano.
- McCombs, M., López-Escobar, E., y Llamas, J. (2003). "Establecimiento de la 'agenda de atributos' en las elecciones generales españolas de 1996". En M. McCombs, y I.

Luna Pla, *Agenda-Setting de los medios de comunicación* (57 - 82). Los Mochis, México: Universidad Iberoamericana, Universidad de Occidente.

McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, España: Paidós.

Melnik, L. (07 de 07 de 2007). Adlatina.com. Recuperado el 07 de 07 de 2007, de [www.adlatina.com](http://www.adlatina.com/html/borrini/borrini7.php3): <http://www.adlatina.com/html/borrini/borrini7.php3>

Merton, R. (1949). *Patterns of influence. A study of interpersonal influence and of communication behavior in a local community*. New York, EEUU: Arno Press.

Meyer, L. (1991). “El límite neoliberal”. *Nexos* (163).

Miralles, A. (2004). *Periodismo, Opinión Pública y Agenda Ciudadana*. Bogotá, Colombia: Norma.

Mitroff, I., y Pearson, C. (2002). *Cómo gestionar una crisis*. Barcelona, España: Gestión 2000.

Molinar Horcasitas, J. (1 de Marzo de 1987). “Regreso a Chihuahua”. *Nexos* .

Moore, H., y Kalupa, F. (1985). *Public relations: Principles, cases and problems*. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin Inc.

Moreno Turrent, J. (6 de Abril de 2005). “Que soberbia”. *Reforma*, 6.

Muñoz - Alonso, A., y Rospir, J. (1995). *Comunicación política*. Barcelona, España: Ariel.

Mutz, D., y Soss, J. (1997). “Reading public opinion: The influence of news coverage on perceptions of public sentiment”. *Public Opinion Quarterly* (61), 431-451.

Noam, C. (19 de Octubre de 2014). Texto completo de la entrevista a Noam Chomsky en la FIL del Zócalo. (P. Taibo II, Entrevistador)

Noelle-Neumann, E. (1973). “Return to the concept of powerful mass media”. *Studies broadcasting*. (9), 67 - 112.

Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona, España: Paidós.

Norris, P. (15 de Julio de 2002). “La participación ciudadana: México desde una perspectiva comparativa”. Recuperado el 3 de Marzo de 2004, de Harvard.edu: <http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Acrobat/Mexican%20Civic%20Engagement%20Norris%20espanol.pdf>

Novelo, A. (30 de Abril de 2015). “Géneros periodísticos, expresión del periodismo”. Obtenido de Géneros periodísticos, expresión del periodismo:

<https://arturonovelo.wordpress.com/2012/11/07/generos-periodisticos-expresion-del-periodismo/>

Núñez Ladevéze, L. (1983). "Verificación de la dialéctica «acción/comunicación» en el análisis de mensajes. Producción de expresiones y reproducción social". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* (22), 119 - 136.

Observatorio de México. (7 de Febrero de 2012). "El observatorio mexicano de encuestas electorales y de opinión social". Recuperado el 7 de Febrero de 2012, de Opina México: <http://www.opinamexico.org/Quees.php>

Ortega Mohedano, F. (2013). "Propuesta metodológica para el análisis de contenido de la parrilla de televisión de Brasil. Análisis de caso práctico en el Estado de Sao Paulo". En M. Vicente-Mariño, T. González-Hortigüela, y M. Pacheco-Rueda, *Actas del II Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación y del Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación* (págs. 221-239). Segovia: Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación.

Osgood, C. (1959). "The representation model and relevant research methods". En I. Sola Pool, *Trends in Content Analysis* (págs. 33-88). Urbana, Illinois: University of Illinois Press.

Osgood, C. (1962). "Studies on the generality of affective meaning systems". *American Psychologist* (17), 10-28.

Osgood, C. (1972). *La medida del significado*. Madrid: Gredos.

Osgood, C., y Sebeok, T. (1965). *Psycholinguistics: a survey of theory, and research problems*. Bloomington: Indiana University Press.

Osgood, C., Suci, G., y Tannenbaum, P. (1957). *The measurement of meaning*. Urbana, Illinois: University of Illinois Press.

Pacheco Méndez, G. (1991). "Los sectores del PRI en las elecciones de 1988". *Estudios Mexicanos*, 7 (2), 253-282.

Paniagua Gallart, C. (2010). "Una historia de la comunicación de crisis en España". *Icono 14*, 3 - 24.

Paniagua, C. (2003). *Apuntes sobre la comunicación de crisis*. Madrid, España.

Partido del Trabajo. (6 de Abril de 2005). "¡Todos al Zócalo!, No al desafuero de Andrés Manuel López Obrador!". *La Jornada*, 12.

Partido del Trabajo. (8 de Abril de 2005). "El desafuero: La lucha comienza". *La Jornada*, 9.

Partido del Trabajo. (8 de Abril de 2005). "El desafuero: La lucha comienza". *Reforma*, 3.

Perrow, C. (1984). *Normal accidents: Living with high-risk technologies*. New York: Basic Books.

Piñuel, J. (2002). *Epistemología. Metodología y técnicas del análisis de contenido*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Poniatowska, E. (1998). *La noche de Tlatelolco. Testimonios de historia oral*. México, México: Era.

Pool, I. (1959). *Trend in content analysis*. Urbana, Illinois: University of Illinois Press .

Popkin, S. (1994). *The reasoning voter. Communication and persuasion in presidential campaigns*. Chicago, EEUU: University Chicago Press.

Rachlin, A. (1989). *News a hegemonic reality. American political culture and framing of news accounts*. New York: Praeger.

Reese, S. (2003). "Framing public life: a bridging model for media research". En S. Reese, O. Gandy, y A. Grant, *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world* (7 - 31). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Reese, S. (2012). "Setting the media's agenda: a power balance perspective". En J. Anderson, *Communication Yearbook 14* (309 - 340). New York, EEUU: International Communication Association.

Reforma. (13 de Mayo de 1994). "Gana Diego el debate". *Reforma*, 1.

Reforma, G. (10 de Marzo de 2015). "Quiénes somos". Recuperado el 10 de Marzo de 2015, de Grupo reforma: <http://gruporeforma.reforma.com/quienessomos/reforma/>

Reforma. (8 de Abril de 2005) "Cae AMLO y acusa". *Reforma*, 1.

Reforma. (23 de Abril de 2005) "Dan palo a la PGR". *Reforma*, 1.

Reforma. (7 de Abril de 2005) "Dice AMLO adiós". *Reforma*, 1.

Reforma. (22 de Abril de 2005) "Divide desafuero a Iglesia". *Reforma*, 1.

Reforma. (07 de 02 de 2015). "Tarifas Reforma 2013". Recuperado el 07 de 02 de 2015, de [www.reforma.com: http://comercial.reforma.com/libre/comercial/publicidad/pdf/tarifas2013.pdf](http://comercial.reforma.com/libre/comercial/publicidad/pdf/tarifas2013.pdf)

Reforma. (10 de Abril de 2005). "Tiene que ir la inteligencia por delante". *Reforma*, 4.

Reforma. (2 de Abril de 2005). "Acreditan el desacato". *Reforma*, 4.

Reforma. (2 de Abril de 2005). "Satisface a IP fallo de Instructora". *Reforma*, 8.

Reforma. (2 de Abril de 2005). “Vuelcan los perredistas apoyo a López Obrador”. *Reforma*, 4.

Reforma. (3 de Abril de 2005). “Denuncia PAN agresiones por dictamen”. *Reforma*, 38.

Reforma. (3 de Abril de 2005). “Invaden cruce con protesta”. *Reforma*, 7.

Reforma. (4 de Abril de 2005). “Y WSJ alerta sobre riesgos”. *Reforma*, 1.

Reforma. (5 de Abril de 2005). “Iniciar Ayunos”. *Reforma*, 4.

Reforma. (5 de Abril de 2005). “Miden con distinta vara”. *Reforma*, 4.

Reforma. (6 de Abril de 2005). “Amenazan campesinos con bloqueos”. *Reforma*, 7.

Reforma. (6 de Abril de 2005). “Hacen carpa”. *Reforma*, 1.

Reforma. (6 de Abril de 2005). “Llega PRI fracturado para votar desafuero”. *Reforma*, 6.

Reforma. (6 de Abril de 2005). “Plan de acción”. *Reforma*, 7.

Reforma. (7 de Abril de 2005). “¿Hoy por quién van a votar?”. *Reforma*, 13.

Reforma. (7 de Abril de 2005). “Confía Vicente Fox que siga la estabilidad”. *Reforma*, 8.

Reforma. (7 de Abril de 2005). “Dice AMLO adiós. De desacato en desacato”. *Reforma*, 1.

Reforma. (7 de Abril de 2005). “Rehúsan en PRI votar en bloque por el desafuero”. *Reforma*, 7.

Reforma. (8 de Abril de 2005). “...Va contra todos”. *Reforma*, 1.

Reforma. (8 de Abril de 2005). Cae AMLO y acusa. *Reforma*, 1.

Reforma. (8 de Abril de 2005). “Endurecen ataques”. *Reforma*, 1, 6.

Reforma. (9 de Abril de 2005). “Acusan maniobra”. *Reforma*, 4.

Reforma. (9 de Abril de 2005). “Consignan retiro”. *Reforma*, 4.

Reforma. (9 de Abril de 2005). “Lo llaman víctima”. *Reforma*, 4.

Reforma. (9 de Abril de 2005). Presume Presidente legalidad en México. *Reforma*, 6.

Reforma. (9 de Abril de 2005). Temen polarización. *Reforma*, 4.

Reforma. (9 de Abril de 2005). “Ven móvil político”. *Reforma*, 4.

Riva Palacio, R. (2004). *La prensa de los jardines. Fortalezas y debilidades de los medios en México*. México, México: Plaza y Janés.

Rivas, A. (1998). "El análisis de marcos: una metodología para el estudio de los movimientos sociales". En P. Ibarra, y B. Tejerina, *Los Movimientos Sociales, Transformaciones Políticas y Cambio Cultural* (págs. 181 - 215). Madrid, España: Trotta.

Roberts, M., y McCombs, M. (2003). "Agenda-setting y publicidad política: orígenes de la agenda informativa". En M. McCombs, y I. Luna Pla, *Agenda-Setting de los medios de comunicación*. Los Mochis, México: Universidad Iberoamericana Universidad de Occidente.

Roda Fernández, R. (1989). *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea*. Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria*. Madrid, España: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

Rodríguez Doval, F. (15 de Enero de 2008). "Chachalacas, encuestas y empleo: breve recuento de la campaña presidencial de 2006". Recuperado el 21 de Febrero de 2009, de www.fundacionpreciado.org.mx:
<http://www.fundacionpreciado.org.mx/biencomun/bc151/chachalacas.pdf>

Rodríguez, C. (6 de Abril de 2005). "Estrategia porril". *Reforma*, 6.

Rodríguez, J. (2006). "Nota del traductor". En E. Goffman, *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia* (págs. IX-XII). Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Rodríguez, M. (2004). "Cómo afrontar la comunicación en una situación de crisis motivada por el rechazo ciudadano: el caso Boroa". *Zer*, 9 (17), 121 - 141.

Rodríguez, M. (2006). "Políticas de comunicación de las instituciones públicas ante proyectos que originan una gran contestación social. Caso Zabalgardi". *Revista de estudios de comunicación Zer*, 11 (20), 25 - 55.

Rogers, E. M., y Dearing, J. W. (1994). "Agenda-setting research: Where has been, where is it going?" En D. Graber, *Media power in politics*. Washington D.C., EEUU: Congressional Quarterly.

Rogers, E., y Shoemaker, F. (1973). *Communication of innovations*. Illinois, EEUU: The Free Press.

Roiz, M. (2003). *La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas*. Barcelona, España: Paidós.

Rojas Orduña, O. (14 de enero de 2003). "hipermarketing.com". (L. c. crisis, Productor) Recuperado el 14 de enero de 2003, de hipermarketing.com: <http://ww1.hipermarketing.com>

Rubin, A. (1984). "Ritualized and instrumental television viewing". *Journal of communication*, 3 (34), 66 - 77.

Rubin, A. (1996). "Usos y efectos de los media: una perspectiva usos – gratificación". En J. Bryant, y D. Zillmann, *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (555 - 582). Barcelona, España: Paidós.

Sábada, T. (2001). "Origen, aplicación y límites de la 'teoría del encuadre' (*framing*) en comunicación". *Comunicación y Sociedad*, 2 (14), 143 - 175.

Sábada, T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias: el binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Sánchez Calero, M. (2004). Comité de crisis: actores, roles y trabajo. *Zer*, 9 (17), 85 - 99.

Sánchez Calero, M. (2006). *La información especializada en la gestión de crisis*. Madrid, España: La Fragua.

Saperas, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona, España: Ariel.

Sartori, G. (1998). *La sociedad teledirigida*. Madrid, España: Taurus.

Sartori, G. (2003). *Videopolítica: medios, información y democracia de sondeos*. Madrid, España: Fondo de Cultura Económica.

Saura, P. (2005). *La gestión y la comunicación de crisis en el sector de alimentación y bebidas*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.

Scherer García, J. (2012). *Los Presidentes*. México, México: Grijalbo.

Schütz, A. (1945). "On Multiple Realities". *Philosophy and Phenomenological Research*, 5 (4), 533-576.

Secretaría de Gobernación. (8 de abril de 2005) *Diario Oficial de la Federación*. 8 de Abril de 2005. http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=792068yfecha=08/04/2005 (último acceso: 24 de Abril de 2015).

Secretaría de Gobernación. (10 de Abril de 2010). *Diario Oficial de la Federación*. Recuperado el 03 de Agosto de 2015, de <http://www.dof.gob.mx/index.php?year=2005ymonth=04yday=08>

Secretaría de Gobernación. (7 de Julio de 2015). *Padrón Nacional de Medios Impresos*. Recuperado el 7 de julio de 2015, de Padrón Nacional de Medios Impresos: <http://pnmi.segob.gob.mx>

Seitel, F. (2002). *Teoría y práctica de las relaciones públicas*. Madrid, España: Pearson educación.

Semetko, H. (1995). "Investigación sobre tendencias de la agenda setting en los noventa". En A. Muñoz - Alonso, y J. Rospir, *Comunicación política* (págs. 221 - 241). Madrid, España: Editorial Universitas.

Semetko, H., y Schoenbach, K. (1994). *Germany's Unit election. Voters and the media*. Cresskill: Hampton Press.

Shaw, E. (1977). "The interpersonal agenda". En D. Shaw, y M. McCombs, *The emergence of American Public issues: The agenda - setting function of the press*. St. Paul. West.

Smith, P. (1989). "The 1988 Presidential Succession in Perspective". En C. Wayne, G. Judith , y P. Smith, *Mexican Studies* (págs. 417-434). San Diego: Universidad de California.

Snow, D., y Benford, R. (1992). "Master frames and cycles of protest". En A. Morris, y V. Mueller, *Frontiers in social movement theory* (págs. 133 - 155). New Haven: Yale University Press.

Snow, D., y Benford, R. (2006-1). "Ideología, resonancia de marcos y movilización de los participantes". En A. Chihu Amparán, *El 'análisis de los marcos' en la sociología de los movimientos sociales* (págs. 83 - 117). México, México: Porrúa.

Snow, D., y Benford, R. (2006-2). "Marcos maestros y ciclos de protesta". En A. Chihu Amparán, *El 'análisis de los marcos' en la sociología de los movimientos sociales* (págs. 119 - 153). México, México: Porrúa.

Snow, D., Rochford, B., Worden, S., y Benford, R. (2006). "Procesos de alineamiento de marcos, micromovilización y participación en movimientos". En A. Chihu Amparán, *El 'análisis de los marcos' en la sociología de los movimientos* (págs. 31 - 82). México, México: Porrúa.

Solís, G., Medina, J., y Sotelo, P. (30 de Marzo de 1994). "Nominan a Zedillo; continúa campaña". *Reforma*, 1.

Sotelo, P. (28 de Enero de 1994). "Que no se hagan bolas: Colosio es el candidato". *Reforma*, 1.

Takeshita, T. (1997). "Exploring the Media's roles in defining reality: from issue-agenda setting to attribute-agenda setting". En M. McCombs, D. Shaw, y D. Weaver, *Communication and democracy. Exploring the intellectual frontiers in Agenda Setting Theory* (págs. 15-27). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Tankard, J. (2003). "The empirical approach to the study of media framing". En S. Reese, O. Gandy, y A. Grant, *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world* (págs. 95 - 106). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Tankard, J., Hendrickson, J., Siberman, J., Bliss, K., y Ghanem, S. (1991). *Media frames: Approaches to conceptualization and Measurement*. Boston: Association for Education in Journalism and Mass Communication.

Thomas, W. (2005). "La definición de la situación" (Traducción Eva Aladro). *Cuadernos de información y comunicación* (10), 27 - 32.

Thomsen, S., y Rawson, B. (1998). "Purifying a Tainted Corporate Image: Odwalla's" Response to an E. Coli Poisoning. *Public Relations Quarterly* , 43, 139-154.

New York Times. (15 de Marzo de 2004). "About That Close Election ..." *The New York Times*.

Toussaint, F. (2004). "Electores persuadidos. Democracia de masas y televisión". *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 46 (190), 15 - 29.

Trejo Delarbre, R. (1 de Junio de 1990). *Nexos*. Recuperado el 17 de Marzo de 2015, de Periódicos: <http://www.nexos.com.mx/?p=5885>

Trejo Delarbre, R. (2004). *Poderes Salvajes. Mediocracia sin contrapesos*. México: Cal y arena.

Tubert-Oklander, J. (4 de Abril de 2005). "Votar contra el desafuero". *La Jornada*, 2.

Ulloth, D., Klinge, P., y Eells, S. (1983). *Mass media, past, present, future*. St. Paul: West Pub. Co.

Universidad Católica de Chile. "Crisis institucional". (15 de marzo de 2005). Recuperado el 15 de marzo de 2005, de Universidad Católica de Chile: <http://www.puc.cl/infsecic/boltec15/crisis.html>

Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, España: Paidós Comunicación.

Van Dijk, Teun A. *Ideología y Discurso*. Barcelona: Ariel, 2003.

Vargas, Rosa Elvira. (28 de Abril de 2005) "Renuncia Macedo; revisión total al expediente de López Obrador: Fox". *La Jornada*, 1.

Vicente, R., Cornejo, J., y Barbero, F. (2006). "La evaluación de la actividad grupal. El análisis de la actividad grupal (AAG) y la aplicación DSCLIMA del Sistema SOCIOS". *Anuario de Psicología* , 37 (3), 299-320.

Vinuesa Tejero, L. (1996). *Opinión pública y cultura política en la España democrática. Un estudio empírico de las elecciones generales de 1993*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

VV. AA. (4 de Abril de 2005). “Llaman a la Cámara de Diputados a no socavar la República”. *La Jornada*, 43.

Wahl-Jorgensen, K., y Hanitzsch, T. (2009). *The handbook of Journalism studies*. New York, EEUU: Taylor and Francis Group.

Wanta, W., y Wu, Y. (1992). “Interpersonal communication and the agenda-setting process”. *Journalism Quarterly* (69), 847 - 855.

White, D. M. (1950). “The ‘gatekeeper’: A Case Study in the Selection of News”. *Journalism Quarterly* , 27 (4), 383-390.

Wimmer, R., y Dominick, J. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch.

Wolf, M. (1987). *La investigación de las comunicación de masas*. Barcelona, España: Paidós.

Zucker, H. (1978). “The variable nature of news media influence”. En B. D. Ruben, *Communication Yearbook 2* (págs. 225 - 240). New Brunswik, EEUU: Transaction Publishers.

13. ANEXOS

Anexo I

Base de datos del 13 de mayo de 2004 al 13 de mayo de 2005

La Jornada y Reforma

Medio	Género/elemento periodístico	Tema	Atributos	Fecha
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	16-may-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	17-may-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	18-may-04
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	18-may-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	19-may-04
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	19-may-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	22-may-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	23-may-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	28-may-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	09-jun-04
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	13-jun-04
<i>Reforma</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	16-jun-04
<i>Reforma</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	29-jun-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Positivo	19-jul-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	07-Ago-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	21-Ago-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	23-Ago-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	26-Ago-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	27-Ago-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	29-Ago-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	30-Ago-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	03-sep-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	08-sep-04
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	08-sep-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	10-sep-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	13-sep-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Neutral	16-sep-04
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	16-sep-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	21-sep-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	25-sep-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	11-Dic-04
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Positivo	02-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	02-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	04-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	04-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	05-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	06-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	07-Abr-05

<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	08-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	08-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	08-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	08-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	08-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	09-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Neutral	09-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Neutral	09-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	10-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	10-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	11-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	12-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Neutral	15-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	16-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	17-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	18-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	19-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	21-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	21-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	22-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	22-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	23-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	24-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	25-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Positivo	25-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	27-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	28-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Neutral	29-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	03-may-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	05-may-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	07-may-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	08-may-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	13-may-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	02-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	02-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	05-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	07-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Neutral	07-Abr-05
<i>La Jornada</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Neutral	07-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	08-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Positivo	08-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Neutral	19-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	19-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Neutral	21-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	21-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	22-Abr-05

<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	22-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Neutral	23-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Negativo	25-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	25-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas fotografía	Desafuero	Neutral	26-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	26-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	28-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Positivo	29-Abr-05
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Desafuero	Negativo	07-may-05

Anexo II

Base de datos del 2 al 10 de abril de 2005

La Jornada y Reforma

Medio	Género o elemento periodístico	Página	Sección	Generador o fuente informativa	Atributo o sesgo	Fecha
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	AMLO	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Otros	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	PGR	Negativo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	Portada	Nacional/Política	AMLO	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	Portada	Nacional/Política	PRD Diputado Federal	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Editorial	Portada	Nacional/Política	Medio PRI Diputado	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía 8 columnas	Portada	Nacional/Política	Federal	Neutral	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Editorial	2	Nacional/Política	Medio	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	2	Nacional/Política	Caricaturista	Neutral	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Portada	Nacional/Política	AMLO	Neutral	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	4	Nacional/Política	Columnista	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	4	Nacional/Política	AMLO	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	4	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	4	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	4	Nacional/Política	Otros	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PRD Senador	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	5	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	6	Nacional/Política	Otros	Negativo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	6	Nacional/Política	Otros	Negativo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	6	Nacional/Política	VFQ	Negativo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	AMLO	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	7	Nacional/Política	AMLO	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	PRD Dirigencia Nacional	Positivo	02-Abr-2005

<i>La Jornada</i>	Columna	8	Nacional/Política	Columnista	Neutral	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	8	Nacional/Política	Evento	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	9	Nacional/Política	PRD	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	9	Nacional/Política	PRD Diputado Federal	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	9	Nacional/Política	Otros	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	10	Nacional/Política	Evento	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	10	Economía/Negocios	Columnista	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	11	Nacional/Política	PGR	Negativo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	11	Nacional/Política	SEGOB	Negativo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	11	Nacional/Política	AMLO	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	Asamblea DF	Neutral	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	Asamblea DF	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	12	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	PRI PAN Dirigencia Nacional	Negativo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	PRD DF	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	12	Nacional/Política	PRD Diputado Federal	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	14	Nacional/Política	Otros	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	14	Nacional/Política	Otros	Neutral	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	15	Nacional/Política	PAN Senador	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	15	Nacional/Política	PAN Senador Intelectual	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	15	Nacional/Política	Artista	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	15	Nacional/Política	PRD	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	16	Nacional/Política	Especialista Jurídico	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	16	Nacional/Política	Especialista Jurídico	Neutral	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Crónica	16	Nacional/Política	Medio Actor	Neutral	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	17	Nacional/Política	Extranjero	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	17	Nacional/Política	ONG	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	17	Nacional/Política	Otros Actor	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	18	Nacional/Política	Extranjero	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	18	Nacional/Política	Otros Organización social	Neutral	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	19	Nacional/Política	social	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	36	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	36	Ciudad/Capital	PRD DF	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	38	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	37	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	37	Ciudad/Capital	PRD Diputado Federal	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	37	Ciudad/Capital	Columnista	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	38	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	38	Ciudad/Capital	Especialista Jurídico	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	3	Suplemento	Caricaturista	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	4	Suplemento	Caricaturista	Positivo	02-Abr-2005

<i>La Jornada</i>	Caricatura	4	Suplemento	Caricaturista	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	4	Suplemento	Caricaturista	Positivo	02-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	Portada	Nacional/Política	AMLO	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	PRI Senador	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	10	Nacional/Política	Otros	Neutral	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	10	Nacional/Política	Otros	Negativo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	PRD Senador	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	12	Nacional/Política	PRD Senador	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	PRI Senador	Negativo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	13	Nacional/Política	AMLO	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	13	Nacional/Política	AMLO	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	13	Nacional/Política	PRI Senador	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	14	Nacional/Política	PRD Especialista Jurídico PAN	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	14	Nacional/Política	Dirigencia Nacional Intelectual	Neutral	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	14	Nacional/Política	Artista	Negativo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	15	Nacional/Política	Organización social	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	15	Nacional/Política	Otros	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	16	Nacional/Política	Columnista	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	12	Nacional/Política	Medio	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	23	Nacional/Política	Otros	Negativo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Reportaje	25	Nacional/Política	AMLO	Neutral	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	32	Ciudad/Capital	Asamblea DF	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	32	Ciudad/Capital	Otros	Neutral	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	32	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	33	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	33	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	33	Ciudad/Capital	PRD DF	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	33	Ciudad/Capital	PGJDF PAN	Positivo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	34	Ciudad/Capital	Dirigencia Nacional	Negativo	03-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Portada	Nacional/Política	AMLO	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	AMLO	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	AMLO Intelectual	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Artista Actor	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Extranjero	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía 8 columnas	Portada	Nacional/Política	PRD	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Otro Medio	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Caricaturista	Neutral	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Caricaturista	Neutral	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Caricaturista	Neutral	04-Abr-2005

<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Caricaturista	Neutral	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Caricaturista	Neutral	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Caricaturista	Neutral	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	3	Nacional/Política	AMLO	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	3	Nacional/Política	Evento	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	3	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	4	Nacional/Política	Columnista	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	4	Nacional/Política	Columnista	Neutral	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PRD	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PRD	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	5	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	6	Nacional/Política	PRD	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	6	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	PAN Diputado Federal	Neutral	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	7	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrevista	8	Nacional/Política	Intelectual	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	8	Nacional/Política	Artista	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	8	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	9	Nacional/Política	Iniciativa privada	Neutral	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	10	Nacional/Política	PRD Dirigencia Nacional	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	10	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	10	Nacional/Política	Intelectual	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	10	Nacional/Política	Artista	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrevista	10	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	11	Nacional/Política	PRD DF	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	Intelectual	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	Artista	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	UNAM	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	12	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	22	Economía/Negocios	Columnista	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	22	Economía/Negocios	Iniciativa privada	Negativo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	23	Economía/Negocios	Intelectual	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	23	Economía/Negocios	Artista	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	33	Ciudad/Capital	Organización social	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	35	Ciudad/Capital	PRD Diputado DF	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	35	Ciudad/Capital	PRD DF	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	43	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	43	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	04-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Portada	Nacional/Política	PRI	Negativo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	PRI	Negativo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	PRI	Negativo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	AMLO	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	PRD	Positivo	05-Abr-2005

<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	AMLO	Neutral	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Editorial	2	Nacional/Política	Medio	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	PRD	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	2	Nacional/Política	Caricaturista Intelectual	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Artista	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	13	Nacional/Política	PRI	Negativo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	3	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	4	Nacional/Política	Columnista	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	4	Nacional/Política	Columnista PRI Diputado	Neutral	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	5	Nacional/Política	Federal	Negativo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	5	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PRI Senador	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	6	Nacional/Política	PRD DF	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	6	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	AMLO	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	UNAM	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	8	Nacional/Política	PRD	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	8	Nacional/Política	Asamblea DF	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	8	Nacional/Política	PGR Organización	Neutral	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	8	Nacional/Política	social	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	16	Nacional/Política	PRD DF	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	17	Nacional/Política	PRD DF	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	19	Nacional/Política	Articulista	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	19	Nacional/Política	Articulista	Neutral	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	Contra- portada	Nacional/Política	Caricaturista Iniciativa	Positivo	05-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Portada	Nacional/Política	privada	Neutral	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	Portada	Nacional/Política	Caricaturista Iniciativa	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	privada	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	VFQ PRI Diputado	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Federal	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	AMLO	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	ONG Organización	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	social	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	3	Nacional/Política	Otros	Neutral	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	3	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	4	Nacional/Política	Columnista	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	4	Nacional/Política	Columnista Actor	Neutral	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	5	Nacional/Política	Extranjero	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	5	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	5	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	06-Abr-2005

<i>La Jornada</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PGR	Neutral	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	6	Nacional/Política	Otros	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	6	Economía/Negocios	Columnista PRI Diputado	Neutral	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	Federal	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	7	Nacional/Política	Asamblea DF	Neutral	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	8	Nacional/Política	AMLO	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	8	Nacional/Política	Gobierno Federal	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	8	Nacional/Política	Otros	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	9	Nacional/Política	PRD	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	9	Nacional/Política	PRD	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	9	Nacional/Política	PRD	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	10	Nacional/Política	PRD	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	10	Nacional/Política	Medio	Neutral	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	10	Nacional/Política	PRD	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	10	Nacional/Política	PRD DF	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	11	Nacional/Política	Iglesia	Neutral	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	11	Nacional/Política	Ciudadanos Intelectual	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	Artista	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	12	Nacional/Política	Otros	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	12	Nacional/Política	PT Intelectual	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	13	Nacional/Política	Artista	Neutral	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	13	Nacional/Política	SEGOB	Negativo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	14	Nacional/Política	Ciudadanos Organización	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	15	Nacional/Política	social PRD Diputado	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	15	Nacional/Política	Federal	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	15	Nacional/Política	Ciudadanos Organización	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	16	Nacional/Política	social	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	21	Nacional/Política	Articulista	Neutral	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	21	Nacional/Política	Articulista	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	23	Economía/Negocios	Articulista	Neutral	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	24	Economía/Negocios	Columnista Organización	Neutral	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	34	Estados	social	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	37	Ciudad/Capital	Otros	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	37	Ciudad/Capital	Columnista	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	38	Ciudad/Capital	PGJDF	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	38	Ciudad/Capital	Otros	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	39	Ciudad/Capital	Otros	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	39	Ciudad/Capital	Otros	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	47	Nacional/Política	Organización social	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	47	Nacional/Política	Ciudadanos Actor	Positivo	06-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Portada	Nacional/Política	Extranjero	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía 8 columnas	Portada	Nacional/Política	AMLO	Neutral	07-Abr-2005

<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Actor Extranjero	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Actor Extranjero	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Medio	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Gobierno DF	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Otro Medio	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Gobierno DF	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Medio	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Editorial	2	Nacional/Política	Medio Organización social	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Actor Ciudadanos	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	3	Nacional/Política	Extranjero	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	3	Nacional/Política	Otros	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	3	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	4	Nacional/Política	Columnista	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	4	Nacional/Política	Columnista	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	5	Nacional/Política	Actor Extranjero	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	5	Nacional/Política	Iniciativa privada	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	5	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	6	Nacional/Política	UNAM	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	6	Economía/Negocios	Ciudadanos	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	Otros	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	SEGOB	Negativo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	8	Nacional/Política	AMLO	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	8	Nacional/Política	AMLO	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	8	Nacional/Política	AMLO	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	8	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Crónica	9	Nacional/Política	Otros	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	9	Nacional/Política	Otros	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrevista	10	Nacional/Política	AMLO	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	10	Nacional/Política	AMLO	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	10	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	PVEM	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	Encuestas	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	PRD	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	12	Nacional/Política	Organización social	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	13	Nacional/Política	PRD Senador	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	13	Nacional/Política	PRD Diputado Federal	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	14	Nacional/Política	PGR	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	14	Nacional/Política	Especialista Jurídico	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	14	Nacional/Política	Especialista Jurídico	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	15	Nacional/Política	PGJDF	Neutral	07-Abr-2005

<i>La Jornada</i>	Nota General	16	Nacional/Política	Gobierno DF	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	16	Nacional/Política	PRD	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	17	Nacional/Política	Otros	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	17	Nacional/Política	Otros	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	18	Nacional/Política	Iniciativa privada	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	18	Nacional/Política	Iglesia	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	18	Nacional/Política	PRD	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	18	Nacional/Política	PRD Senador	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	19	Nacional/Política	Otro Medio	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	19	Nacional/Política	VFQ	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	19	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	20	Nacional/Política	SNTE	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	24	Nacional/Política	Articulista	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	24	Nacional/Política	Articulista	Negativo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	25	Nacional/Política	Articulista	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	25	Nacional/Política	Articulista	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	29	Economía/Negocios	Articulista	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	30	Economía/Negocios	Columnista	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	41	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	41	Ciudad/Capital	PRD Diputado Federal	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	41	Ciudad/Capital	PRD Diputado Federal	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	42	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	42	Ciudad/Capital	Otros	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	42	Ciudad/Capital	PRD	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	43	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	44	Ciudad/Capital	Organización social	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	46	Nacional/Política	VFQ	Neutral	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	47	Nacional/Política	Organización social	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	50	Nacional/Política	Otros	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	50	Nacional/Política	Organización social	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	51	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	51	Nacional/Política	UNAM	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	51	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	51	Nacional/Política	Organización social	Positivo	07-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía 8 columnas	Portada	Nacional/Política	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Portada	Nacional/Política	AMLO	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Portada	Nacional/Política	AMLO	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Portada	Nacional/Política	PRI	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía 8 columnas	Portada	Nacional/Política	AMLO	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Editorial	2	Nacional/Política	Medio	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	3	Nacional/Política	PRI Diputado	Neutral	08-Abr-2005

				Federal		
<i>La Jornada</i>	Nota General	3	Nacional/Política	PRI Diputado Federal	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	4	Nacional/Política	Columnista	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	4	Nacional/Política	Columnista	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	4	Nacional/Política	PRI Diputado Federal	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	5	Nacional/Política	AMLO	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PRI Diputado Federal	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	5	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	6	Nacional/Política	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	6	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	7	Nacional/Política	AMLO	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Crónica	8	Nacional/Política	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	8	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	9	Nacional/Política	PT	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Crónica	10	Nacional/Política	AMLO	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	10	Nacional/Política	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	PGR	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	12	Economía/Negocios	Columnista	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	12	Economía/Negocios	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	12	Economía/Negocios	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	13	Nacional/Política	PAN Diputado Federal	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	14	Nacional/Política	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	14	Nacional/Política	PRD		
<i>La Jornada</i>	Nota General	14	Nacional/Política	Dirigencia Nacional	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	14	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	16	Nacional/Política	AMLO	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	16	Nacional/Política	PGR	Negativo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	17	Nacional/Política	PRD		
<i>La Jornada</i>	Nota General	17	Nacional/Política	Dirigencia Nacional	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	18	Nacional/Política	PGR	Negativo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	18	Nacional/Política	PGR	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	18	Nacional/Política	PGR	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	19	Nacional/Política	PRD Diputado Federal	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	19	Nacional/Política	PAN		
<i>La Jornada</i>	Nota General	19	Nacional/Política	Dirigencia Nacional	Negativo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	19	Nacional/Política	PRD		
<i>La Jornada</i>	Fotografía	19	Nacional/Política	Dirigencia Nacional	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	19	Nacional/Política	PRI	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	20	Nacional/Política	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	20	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	21	Nacional/Política	SEGOB	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	21	Nacional/Política	SEGOB	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	21	Nacional/Política	PGR	Negativo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	21	Nacional/Política	PRI Senador	Positivo	08-Abr-2005

<i>La Jornada</i>	Fotografía	22	Nacional/Política	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	22	Nacional/Política	PAN Diputado Federal	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	22	Nacional/Política	PRI Diputado Federal	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	22	Nacional/Política	PAN Diputado Federal	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	22	Nacional/Política	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	23	Nacional/Política	Otros	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	23	Nacional/Política	Evento	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	24	Nacional/Política	Otro Medio	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	24	Nacional/Política	Otro Medio Actor	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	24	Nacional/Política	Extranjero	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	26	Nacional/Política	Columnista	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	26	Nacional/Política	AMLO Intelectual	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	27	Nacional/Política	Artista Intelectual	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	27	Nacional/Política	Artista Intelectual	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	27	Nacional/Política	Artista	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	28	Nacional/Política	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	28	Nacional/Política	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	28	Nacional/Política	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	29	Nacional/Política	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	29	Nacional/Política	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	29	Nacional/Política	CNDH	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	30	Nacional/Política	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	30	Nacional/Política	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	31	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	31	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	31	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	31	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	31	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	31	Nacional/Política	Ciudadanos Organización social	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	32	Nacional/Política	Intelectual	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	33	Nacional/Política	Artista	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	35	Nacional/Política	Columnista	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Crónica	37	Economía/Negocios	AMLO	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	38	Economía/Negocios	Columnista	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	42	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	42	Ciudad/Capital	Asamblea DF	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	43	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	43	Ciudad/Capital	Gobierno DF	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	43	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	43	Ciudad/Capital	Columnista PRD	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	44	Ciudad/Capital	Dirigencia DF	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	44	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	44	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005

<i>La Jornada</i>	Nota General	44	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	45	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	45	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Contra-portada	Nacional/Política	SEGOB	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	Contra-portada	Nacional/Política	SEGOB	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	Contra-portada	Nacional/Política	PRD Diputado Federal	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Contra-portada	Nacional/Política	Otros Intelectual	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Contra-portada	Nacional/Política	Artista	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	Contra-portada	Nacional/Política	PRI Diputado Federal	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	Contra-portada	Nacional/Política	PAN Diputado Federal	Neutral	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	Contra-portada	Nacional/Política	Evento Especialista Jurídico	Positivo	08-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Evento Especialista Jurídico	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	Otro Medio Especialista Jurídico	Neutral	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Portada	Nacional/Política	Gobierno DF	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía 8 columnas	Portada	Nacional/Política	AMLO	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía 8 columnas	Portada	Nacional/Política	AMLO	Neutral	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Editorial	2	Nacional/Política	Medio	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	2	Nacional/Política	Ciudadanos Especialista Jurídico	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	3	Nacional/Política	Caricaturista Especialista Jurídico	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	3	Nacional/Política	Caricaturista Especialista Jurídico	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	3	Nacional/Política	Columnista	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	4	Nacional/Política	Evento	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	4	Nacional/Política	PRD Diputado Federal	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	5	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	5	Nacional/Política	Asamblea DF	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PRD Diputado DF	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	5	Nacional/Política	SEGOB	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	6	Nacional/Política	SCJN	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Neutral	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	6	Economía/Negocios	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	6	Economía/Negocios	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	6	Economía/Negocios	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	6	Economía/Negocios	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Participación Ciudadana	6	Economía/Negocios	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	6	Economía/Negocios	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	AMLO	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	PRD Senador	Neutral	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	PRD Diputado DF	Positivo	09-Abr-2005

<i>La Jornada</i>	Fotografía	7	Nacional/Política	AMLO	Neutral	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	VFQ	Negativo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	8	Nacional/Política	PGR PAN Dirigencia Nacional	Negativo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	8	Nacional/Política	PGR	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	8	Nacional/Política	PGR	Neutral	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	8	Nacional/Política	PGR	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	9	Nacional/Política	Columnista	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	9	Nacional/Política	PRD Senador Actor	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	10	Nacional/Política	Extranjero	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Caricatura	10	Nacional/Política	Caricaturista	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	10	Nacional/Política	Articulista Actor	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	11	Nacional/Política	Extranjero Actor	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	11	Nacional/Política	Extranjero Especialista Jurídico	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	12	Nacional/Política	Evento	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	12	Nacional/Política	PRI Senador	Negativo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	14	Nacional/Política	Evento	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	14	Nacional/Política	Evento	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	15	Nacional/Política	AMLO Intelectual	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	15	Nacional/Política	Artista	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Desplegado publicitario	15	Nacional/Política	PRD Intelectual	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	16	Nacional/Política	Artista Intelectual	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	16	Nacional/Política	Artista	Neutral	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	16	Nacional/Política	ONG	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Artículo	17	Nacional/Política	AMLO	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	17	Nacional/Política	Asamblea DF	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	17	Nacional/Política	CNDH	Neutral	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	18	Nacional/Política	Iglesia	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	18	Nacional/Política	Iglesia Actor	Neutral	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	18	Nacional/Política	Extranjero Actor	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	18	Nacional/Política	Extranjero	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	23	Nacional/Política	Columnista	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	23	Nacional/Política	Columnista	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	26	Economía/Negocios	Columnista	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	26	Economía/Negocios	AMLO	Neutral	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	34	Ciudad/Capital	Gobierno DF	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	34	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	34	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	35	Ciudad/Capital	Ciudadanos Intelectual	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	35	Ciudad/Capital	Artista	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	35	Ciudad/Capital	PRD	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	35	Ciudad/Capital	PRD	Positivo	09-Abr-2005

<i>La Jornada</i>	Nota General	36	Ciudad/Capital	Gobierno DF	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	36	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	36	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	36	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	09-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	8 Columnas	Portada	Nacional/Política	PRI Diputado Federal	Neutral	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía 8 columnas	Portada	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	PGR	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	3	Nacional/Política	AMLO	Neutral	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	3	Nacional/Política	AMLO	Neutral	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	3	Nacional/Política	PGR	Neutral	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	4	Nacional/Política	PRD	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	4	Nacional/Política	PRD	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	4	Nacional/Política	Dirigencia DF	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	4	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	4	Nacional/Política	ONG	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PRD Diputado Federal	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PRD Diputado Federal	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	5	Nacional/Política	PRD Diputado Federal	Neutral	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	6	Nacional/Política	AMLO	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	6	Nacional/Política	AMLO	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	6	Nacional/Política	AMLO	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	PAN Diputado Federal	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	PAN	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	7	Nacional/Política	Iglesia	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	8	Nacional/Política	Evento	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	8	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	8	Nacional/Política	Evento	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	8	Nacional/Política	Otro Medio	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	10	Nacional/Política	PAN Senador	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	11	Nacional/Política	Columnista PRD	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	14	Nacional/Política	Dirigencia Nacional Especialista	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	15	Nacional/Política	Jurídico	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	22	Nacional/Política	Columnista	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	24	Nacional/Política	Columnista	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	25	Nacional/Política	Columnista	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	25	Nacional/Política	Columnista	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	26	Economía/Negocios	Iniciativa privada	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	26	Economía/Negocios	Iniciativa privada	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	28	Economía/Negocios	Columnista	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	38	Ciudad/Capital	Asamblea DF	Positivo	10-Abr-2005

<i>La Jornada</i>	Fotografía	38	Ciudad/Capital	AMLO	Neutral	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	38	Ciudad/Capital	Gobierno DF	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	39	Ciudad/Capital	PRD Senador	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	39	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Fotografía	39	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Nota General	40	Ciudad/Capital	PGJDF	Positivo	10-Abr-2005
<i>La Jornada</i>	Columna	Contra- portada	Nacional/Política	Columnista	Positivo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Portada	Nacional/Política	Otros	Negativo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía 8 columnas	Portada	Nacional/Política	Otros	Negativo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	Portada	Nacional/Política	AMLO	Positivo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Infografía	4	Nacional/Política	Medio	Neutral	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	Otros	Negativo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	PRI Diputado Federal	Negativo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	PAN Diputado Federal	Negativo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	PRD Diputado Federal	Positivo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	PRI Diputado Federal	Negativo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	PRI	Negativo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Entrada	5	Nacional/Política	AMLO	Positivo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	5	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Crónica	5	Nacional/Política	VFQ	Neutral	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PRD PRD	Neutral	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Nacional/Política	Dirigencia Nacional PRD	Positivo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Nacional/Política	Dirigencia Nacional	Positivo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Nacional/Política	PRD	Positivo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Crónica	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Neutral	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Negativo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	7	Nacional/Política	SEGOB	Neutral	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	7	Nacional/Política	PRD PAN	Positivo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	8	Nacional/Política	Dirigencia Nacional	Negativo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	8	Nacional/Política	Ciudadanos Iniciativa privada	Neutral	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	8	Nacional/Política	PAN	Negativo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	8	Nacional/Política	PAN	Negativo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	10	Nacional/Política	Columnista	Negativo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Artículo	10	Nacional/Política	Articulista	Neutral	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Caricatura	10	Nacional/Política	Caricaturista	Negativo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Artículo	11	Nacional/Política	Articulista	Negativo	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	11	Nacional/Política	Columnista	Neutral	02-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Caricatura	11	Nacional/Política	Caricaturista	Negativo	02-Abr-2005

Reforma	Crónica	12	Nacional/Política	PRD	Positivo	02-Abr-2005
Reforma	Desplegado publicitario	13	Nacional/Política	Convergencia	Positivo	02-Abr-2005
Reforma	Nota General	1	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	02-Abr-2005
Reforma	Nota General	1	Ciudad/Capital	PRD	Positivo	02-Abr-2005
Reforma	Nota General	1	Ciudad/Capital	Gobierno DF	Positivo	02-Abr-2005
Reforma	Fotografía	1	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
Reforma	Fotografía	1	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
Reforma	Nota General	4	Ciudad/Capital	PRD PRD	Positivo	02-Abr-2005
Reforma	Nota General	4	Ciudad/Capital	Dirigencia DF	Positivo	02-Abr-2005
Reforma	Fotografía	4	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
Reforma	Nota General	4	Ciudad/Capital	PRD	Neutral	02-Abr-2005
Reforma	Nota General	4	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	02-Abr-2005
Reforma	Nota General	Portada	Nacional/Política	PRD	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	Portada	Nacional/Política	Otros Especialista Jurídico	Neutral	03-Abr-2005
Reforma	Fotografía	4	Nacional/Política		Negativo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	4	Nacional/Política	Otros	Negativo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	4	Nacional/Política	PGR	Negativo	03-Abr-2005
Reforma	Fotografía	4	Nacional/Política	AMLO	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	4	Nacional/Política	Otros	Neutral	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	4	Nacional/Política	PRD	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	4	Nacional/Política	Otros	Neutral	03-Abr-2005
Reforma	Fotografía	5	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	5	Nacional/Política	Otros	Negativo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	6	Nacional/Política	PRD	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	6	Nacional/Política	AMLO PRD Diputado Federal	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	6	Nacional/Política	PRD Organización social	Neutral	03-Abr-2005
Reforma	Infografía	7	Nacional/Política	Organización social	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	7	Nacional/Política		Negativo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	7	Nacional/Política	PRD	Negativo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	8	Nacional/Política	PVEM	Neutral	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	8	Nacional/Política	PAN PAN	Negativo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	8	Nacional/Política	Dirigencia DF	Negativo	03-Abr-2005
Reforma	Columna	12	Nacional/Política	Columnista	Neutral	03-Abr-2005
Reforma	Artículo	13	Nacional/Política	Articulista	Neutral	03-Abr-2005
Reforma	Caricatura	13	Nacional/Política	Caricaturista	Negativo	03-Abr-2005
Reforma	Columna	14	Nacional/Política	Columnista	Negativo	03-Abr-2005
Reforma	Fotografía	14	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	11	Estados	PRD	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Fotografía	11	Estados	PRD PRD	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	2	Ciudad/Capital	Dirigencia DF	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Fotografía	2	Ciudad/Capital	PRD	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	2	Ciudad/Capital	PRD	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	3	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	03-Abr-2005

Reforma	Fotografía	3	Ciudad/Capital	PRD	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	3	Ciudad/Capital	PAN		
Reforma	Nota General	3	Ciudad/Capital	Dirigencia DF	Negativo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	3	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	03-Abr-2005
Reforma	Nota General	Portada	Nacional/Política	PRD	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	Entrada	Portada	Nacional/Política	Actor Extranjero	Negativo	04-Abr-2005
Reforma	Fotografía	Portada	Nacional/Política	PRD	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	Fotografía	2	Nacional/Política	Convergencia	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	Nota General	2	Nacional/Política	CNDH	Neutral	04-Abr-2005
Reforma	Nota General	2	Nacional/Política	PRD	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	Nota General	2	Nacional/Política	PRD	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	Nota General	2	Nacional/Política	AMLO	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	Nota General	2	Nacional/Política	Asamblea DF	Neutral	04-Abr-2005
Reforma	Desplegado publicitario	2	Nacional/Política	AMLO	Neutral	04-Abr-2005
Reforma	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Negativo	04-Abr-2005
Reforma	Columna	13	Nacional/Política	Columnista	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	Columna	14	Nacional/Política	Columnista	Neutral	04-Abr-2005
Reforma	Artículo	14	Nacional/Política	Articulista	Neutral	04-Abr-2005
Reforma	Artículo	15	Nacional/Política	Articulista	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	Columna	4	Economía/Negocios	Columnista	Neutral	04-Abr-2005
Reforma	Artículo	6	Economía/Negocios	Articulista	Neutral	04-Abr-2005
Reforma	Nota General	1	Ciudad/Capital	PRD DF	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	Fotografía	1	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	Fotografía	1	Ciudad/Capital	Asamblea DF	Neutral	04-Abr-2005
Reforma	Nota General	1	Ciudad/Capital	PRD DF	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	Fotografía	4	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	Nota General	4	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	Nota General	4	Ciudad/Capital	PRD Diputado DF	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	Nota General	4	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	04-Abr-2005
Reforma	8 Columnas	Portada	Nacional/Política	Iniciativa privada	Negativo	05-Abr-2005
Reforma	Nota General	Portada	Nacional/Política	AMLO	Positivo	05-Abr-2005
Reforma	Nota General	Portada	Nacional/Política	PGR	Neutral	05-Abr-2005
Reforma	Nota General	5	Nacional/Política	PRD		
Reforma	Nota General	6	Nacional/Política	Dirigencia DF	Positivo	05-Abr-2005
Reforma	Nota General	6	Nacional/Política	Asamblea DF	Neutral	05-Abr-2005
Reforma	Fotografía	6	Nacional/Política	PRD Diputado Federal	Neutral	05-Abr-2005
Reforma	Nota General	6	Nacional/Política	PAN Diputado Federal	Negativo	05-Abr-2005
Reforma	Nota General	6	Nacional/Política	PGR	Neutral	05-Abr-2005
Reforma	Nota General	8	Nacional/Política	PRI Diputado Federal	Negativo	05-Abr-2005
Reforma	Fotografía	8	Nacional/Política	SEGOB	Negativo	05-Abr-2005
Reforma	Nota General	8	Nacional/Política	Otros	Negativo	05-Abr-2005
Reforma	Nota General	8	Nacional/Política	PAN Senador	Positivo	05-Abr-2005
Reforma	Columna	13	Nacional/Política	Columnista	Negativo	05-Abr-2005
Reforma	Columna	14	Nacional/Política	Columnista	Negativo	05-Abr-2005
Reforma	Caricatura	14	Nacional/Política	Caricaturista	Negativo	05-Abr-2005

<i>Reforma</i>	Artículo	14	Nacional/Política	Articulista	Neutral	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Artículo	15	Nacional/Política	Articulista	Positivo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Caricatura	15	Nacional/Política	Caricaturista	Negativo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Artículo	15	Nacional/Política	Articulista	Positivo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	15	Nacional/Política	Columnista	Negativo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	16	Nacional/Política	AMLO	Positivo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	16	Nacional/Política	AMLO	Neutral	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	9	Economía/Negocios	Columnista	Negativo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	1	Ciudad/Capital	AMLO	Neutral	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	1	Ciudad/Capital	AMLO PAN Diputado	Positivo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	1	Ciudad/Capital	DF	Negativo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Ciudad/Capital	Asamblea DF	Neutral	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Ciudad/Capital	Medio	Negativo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Ciudad/Capital	Gobierno DF PRI Diputado	Positivo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	14	Ciudad/Capital	DF	Negativo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	4	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Ciudad/Capital	PRI DF	Positivo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Ciudad/Capital	UNAM PRI Diputado	Positivo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Ciudad/Capital	DF	Negativo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Ciudad/Capital	PRD DF PRD Diputado	Positivo	05-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	Portada	Nacional/Política	Federal	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Crónica	Portada	Nacional/Política	AMLO	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	AMLO Iniciativa	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Entrada	Portada	Nacional/Política	privada	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	Portada	Nacional/Política	AMLO	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	Ciudadanos PRD	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	Dirigencia Nacional	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	AMLO	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	AMLO	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	AMLO	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	PGR	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	AMLO PRI Diputado	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Nacional/Política	Federal	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Nacional/Política	VFQ	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Nacional/Política	PRI	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	13	Nacional/Política	Ciudadanos	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	7	Nacional/Política	Ciudadanos	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	7	Nacional/Política	PAN Diputado	Positivo	06-Abr-2005

				Federal		
<i>Reforma</i>	Nota General	7	Nacional/Política	SEGOB	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	7	Nacional/Política	Ciudadanos	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	7	Nacional/Política	PAN Senador	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	14	Nacional/Política	Columnista	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Artículo	14	Nacional/Política	Articulista	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Caricatura	14	Nacional/Política	Caricaturista	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Artículo	14	Nacional/Política	Articulista	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	14	Nacional/Política	Columnista	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	14	Estados	PRI Dirigencia Nacional	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	14	Estados	Evento	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	14	Estados	Otros	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	7	Economía/Negocios	Columnista	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Caricatura	7	Economía/Negocios	Caricaturista	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	3	Ciudad/Capital	PRD DF	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	3	Ciudad/Capital	PRD Diputado Federal	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Desplegado publicitario	3	Ciudad/Capital	PRD DF	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	3	Ciudad/Capital	PRD DF	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	3	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	3	Ciudad/Capital	Organización social	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	3	Ciudad/Capital	PRD DF	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	3	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	3	Ciudad/Capital	Organización social	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	1	Ciudad/Capital	Columnista	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	1	Ciudad/Capital	PRD DF	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Infografía	1	Ciudad/Capital	Evento	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	1	Ciudad/Capital	Gobierno DF	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	5	Ciudad/Capital	PGJDF	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	5	Ciudad/Capital	Otros	Negativo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Desplegado publicitario	25	Internacional	PRD Diputado Federal	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Caricatura	15	Nacional/Política	Caricaturista	Neutral	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	15	Nacional/Política	Columnista	Positivo	06-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Crónica	Portada	Nacional/Política	AMLO	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Portada	Nacional/Política	AMLO	Negativo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía 8 columnas	Portada	Nacional/Política	AMLO	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	Portada	Nacional/Política	Medio	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	Portada	Nacional/Política	Iniciativa privada	Negativo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Desplegado publicitario	3	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PGR	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	5	Nacional/Política	Otros	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	5	Nacional/Política	Cámara de Diputados	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PGR	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	7	Nacional/Política	PRI Diputado Federal	Positivo	07-Abr-2005

<i>Reforma</i>	Infografía	7	Nacional/Política	Cámara de Diputados PAN Diputado	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	7	Nacional/Política	DF	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	8	Nacional/Política	Evento	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	8	Nacional/Política	VFQ	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	8	Nacional/Política	VFQ	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	8	Nacional/Política	SEGOB	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	8	Nacional/Política	VFQ	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	8	Nacional/Política	AMLO	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	8	Nacional/Política	Actor Extranjero	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	8	Nacional/Política	Iniciativa privada	Negativo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	9	Nacional/Política	Columnista	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	9	Nacional/Política	PRI	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Desplegado publicitario	13	Nacional/Política	Ciudadanos PRD Diputado	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Desplegado publicitario	13	Nacional/Política	Federal	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	17	Nacional/Política	Columnista	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	17	Nacional/Política	Columnista	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	19	Nacional/Política	Columnista	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	19	Nacional/Política	Columnista	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	19	Nacional/Política	Columnista	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	6	Economía/Negocios	Columnista	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	6	Economía/Negocios	Columnista	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Economía/Negocios	AMLO	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	2	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	2	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	2	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	2	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	2	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Negativo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	2	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Negativo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	2	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	2	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	2	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Negativo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	2	Ciudad/Capital	Evento	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	2	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	2	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Infografía	2	Ciudad/Capital	Medio	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	3	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Crónica	3	Ciudad/Capital	AMLO	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	3	Ciudad/Capital	AMLO	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	3	Ciudad/Capital	PRD Diputado Federal	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	3	Ciudad/Capital	Otro Medio PRD Diputado	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	3	Ciudad/Capital	DF	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	1	Ciudad/Capital	Columnista	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	1	Ciudad/Capital	Gobierno DF	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	1	Ciudad/Capital	PRI Senador	Negativo	07-Abr-2005

<i>Reforma</i>	Fotografía		1	Ciudad/Capital	Gobierno DF	Neutral	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Infografía		1	Ciudad/Capital	Evento	Negativo	07-Abr-2005
<i>Reforma</i>	8 Columnas	Portada		Nacional/Política	AMLO	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía 8 columnas	Portada		Nacional/Política	AMLO	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	Portada		Nacional/Política	Asamblea DF	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	Portada		Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Entrada	Portada		Nacional/Política	AMLO	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Entrada	Portada		Nacional/Política	PGR	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Entrada	Portada		Nacional/Política	AMLO	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Entrada	Portada		Nacional/Política	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Desplegado publicitario		3	Nacional/Política	PT	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General		4	Nacional/Política	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía		4	Nacional/Política	PRD Diputado DF	Neutral	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Crónica		4	Nacional/Política	Medio	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General		5	Nacional/Política	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>					PAN		
<i>Reforma</i>	Nota General		5	Nacional/Política	Dirigencia Nacional	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana		6	Nacional/Política	Ciudadanos	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía		6	Nacional/Política	AMLO	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana		6	Nacional/Política	Ciudadanos	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General		6	Nacional/Política	PGR	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General		6	Nacional/Política	AMLO	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana		6	Nacional/Política	Ciudadanos	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana		6	Nacional/Política	Ciudadanos	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana		6	Nacional/Política	Ciudadanos	Neutral	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General		6	Nacional/Política	Otros	Neutral	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>					Cámara de Diputados		
<i>Reforma</i>	Nota General		7	Nacional/Política	PAN Diputado Federal	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía		7	Nacional/Política	PRI Diputado Federal	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General		7	Nacional/Política	Federal	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Desplegado publicitario		8	Nacional/Política	PGR	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Desplegado publicitario		9	Nacional/Política	PGR	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General		11	Nacional/Política	SEGOB	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía		10	Estados	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>					Gobierno		
<i>Reforma</i>	Nota General		11	Nacional/Política	Federal	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Desplegado publicitario		12	Nacional/Política	Asamblea DF	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna		15	Nacional/Política	Columnista	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna		16	Nacional/Política	Columnista	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>					Intelectual		
<i>Reforma</i>	Artículo		16	Nacional/Política	Artista	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Caricatura		16	Nacional/Política	Caricaturista	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna		16	Nacional/Política	Columnista	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna		16	Nacional/Política	Columnista	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna		16	Nacional/Política	Columnista	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna		17	Nacional/Política	Columnista	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía		10	Estados	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General		11	Estados	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005

<i>Reforma</i>	Fotografía	11	Estados	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	1	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	1	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Crónica	1	Ciudad/Capital	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Crónica	3	Ciudad/Capital	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	3	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Crónica	3	Ciudad/Capital	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	3	Ciudad/Capital	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	3	Ciudad/Capital	AMLO	Neutral	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Crónica	5	Ciudad/Capital	Intelectual Artista	Neutral	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	5	Ciudad/Capital	Asamblea DF	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	5	Ciudad/Capital	Asamblea DF	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	6	Ciudad/Capital	Evento	Neutral	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	6	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	6	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	6	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	6	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	6	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	6	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	7	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	7	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	7	Ciudad/Capital	Evento	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	7	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	7	Ciudad/Capital	Evento	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	7	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	7	Ciudad/Capital	Organización social	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	7	Ciudad/Capital	Evento	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	7	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	7	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	1	Economía/Negocios	Otros	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	1	Economía/Negocios	Otros	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	1	Economía/Negocios	Otros	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	1	Economía/Negocios	Otros	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	7	Economía/Negocios	Columnista	Positivo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	7	Economía/Negocios	Columnista	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Caricatura	7	Economía/Negocios	Columnista	Negativo	08-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Infografía	Portada	Nacional/Política	Encuestas	Neutral	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	Portada	Nacional/Política	Asamblea DF	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	Portada	Nacional/Política	AMLO	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	Portada	Nacional/Política	AMLO	Neutral	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	Otros	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	4	Nacional/Política	AMLO	Positivo	09-Abr-2005

<i>Reforma</i>	Nota General	4	Internacional	Actor Extranjero	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Internacional	Actor Extranjero	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Internacional	Actor Extranjero	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	Actor Extranjero	Neutral	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Internacional	Actor Extranjero	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Internacional	Actor Extranjero	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	PGR Actor	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Internacional	Actor Extranjero	Neutral	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PAN	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	5	Nacional/Política	AMLO	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	5	Nacional/Política	Otros	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PAN DF	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PRD	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	5	Nacional/Política	PRI Diputado Federal	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	6	Nacional/Política	AMLO	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Nacional/Política	VFQ	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Nacional/Política	Otros	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	7	Nacional/Política	Columnista	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	8	Nacional/Política	Columnista	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	10	Nacional/Política	Columnista	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Artículo	10	Nacional/Política	Articulista	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	10	Nacional/Política	Columnista	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Caricatura	10	Nacional/Política	Caricaturista	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	11	Nacional/Política	Columnista	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	11	Nacional/Política	Columnista	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	1	Ciudad/Capital	Asamblea DF	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	1	Ciudad/Capital	Gobierno DF	Neutral	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	1	Ciudad/Capital	AMLO	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	2	Ciudad/Capital	Otros	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Caricatura	2	Ciudad/Capital	Caricaturista	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Ciudad/Capital	Asamblea DF Cámara de Diputados	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Ciudad/Capital	Diputados	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Ciudad/Capital	PRI DF	Negativo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	4	Ciudad/Capital	Ciudadanos	Positivo	09-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	Portada	Nacional/Política	AMLO	Neutral	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	Portada	Nacional/Política	AMLO	Positivo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	AMLO	Negativo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	PRD DF	Positivo	10-Abr-2005

<i>Reforma</i>	Fotografía	4	Nacional/Política	AMLO Intelectual	Neutral	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	4	Nacional/Política	Artista	Positivo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	4	Nacional/Política	AMLO	Neutral	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Participación Ciudadana	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Fotografía	6	Nacional/Política	Ciudadanos	Positivo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Nacional/Política	PAN DF Cámara de Diputados	Negativo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Nacional/Política	PRI	Negativo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	18	Nacional/Política	Columnista	Neutral	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Caricatura	19	Nacional/Política	Caricaturista	Negativo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	20	Nacional/Política	Columnista	Negativo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Caricatura	20	Nacional/Política	Caricaturista	Negativo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Caricatura	20	Nacional/Política	Caricaturista	Negativo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Caricatura	20	Nacional/Política	Caricaturista	Negativo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Columna	25	Internacional	Columnista	Positivo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	1	Ciudad/Capital	Gobierno DF	Positivo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Ciudad/Capital	PRD DF	Positivo	10-Abr-2005
<i>Reforma</i>	Nota General	6	Ciudad/Capital	PRD DF	Positivo	10-Abr-2005

Anexo III

Listado de atributos, adjetivos, calificativos, adverbios y marcos de referencia

<i>La Jornada</i>	<i>Reforma</i>
Nueva legalidad	Va el desafuero
Retazos, engrudo y desaseo	Pierde AMLO 3-1
Se reivindica la ley frente a actos anárquicos	El acusado y el fiscal
Huerta en las fotos de sus cartera	¿Qué sigue?
Cómplices y liberticidas	Votan por desafuero... pero sin dictamen
El desafuero, venganza contra López Obrador	Viajan dos priistas incómodos
Desconsoladas	Enreda sus alegatos
Enojo femenino	Alistan perredistas voto particular
Exhibe Duarte la escasa información de	Niega persecución

Elías Loredó	Acredita el desacato
Como escolares	Acusa AMLO complicidad de Salinas y el Presidente
Hay buenas noticias, reiteraba Fox en Sinaloa	Devoto
Se ha dado el primer paso para consumir un hecho injusto, afirma López Obrador	¿Ya le dieron callo?
Golpe a la transición democrática y a la izquierda, afirma Godoy	Obliga la ley a dejar cargo
Bienvenidos seamos a la historia	Arma el sol azteca plan de resistencia
Concentración de militantes del PRD en el Zócalo capitalino	Lanzan S.O.S a Cuauhtémoc Cárdenas
Conspiraron PRI y PAN contra la República a cambio de favores: PRD	Amagan perredistas con armas
Aumentan manifestaciones populares en el país a favor de López Obrador	Rezan y después protestan
Día de Kermés en Los Pinos: piñata llena	Partida ganada
Macedo de la Concha encomia la independencia de la instructora	Amparo fortalecido
Creel hace un llamado a evitar la confrontación	Digan la verdad
Una mujer llora fuera de la Cámara de Diputados luego de enterarse de la decisión de sección instructora	Plegarias
Desalojan la sede nacional del PRI	Pide Creel evitar la confrontación
La gente debe apoyar decisión de la instructora, afirma Espino	Usa PRD a Espino en contra de PGR
!No al desafuero!	Convoca blanquiazul a defender dictamen
Peligran la democracia y la estabilidad de la nación, advierten Corral y Roque	Divide resolución a los partidos
La decisión de los legisladores afecta al país, dice el presidente de la AMC	Satisface a IP fallo de instructora
Una larga cadena de anomalías, detrás del	El coordinador del PAN en la Cámara de Diputados
	Democracia tutelada
	Orden de corte
	¡En buena hora!
	A la segura...
	Paaaartierooooon...

acoso a López Obrador: juristas	Como en los viejos tiempos
Camino al desafuero	Convergencia en contra del Desafuero
Se enfatiza la debilidad del sistema político y judicial de México, dicen analistas de EU	Es el comienzo.- AMLO
Manifestación en Washington de Mexicanos sin Fronteras	Presume PRD su 'arsenal'
"Lo convirtieron en serio contendiente para 2006"	Crea el Gobierno local brigadas pacificadoras
Censura Pérez Esquivel "maniobra" contra el jefe de Gobierno capitalino	En San Lázaro
"Saldo blanco" en jornada contra el desafuero	Ensayo general
Los intereses detrás del desafuero	Vuelcan los perredistas apoyo a López Obrador
Garantizados, funcionamiento y gobernabilidad en la ciudad	Ponen mira en comicios
Exhiben alianzas "siniestras" del gobierno de Fox	En el Zócalo
AMLO saluda a los cientos de simpatizantes que se congregaron en el Zócalo	Declaran diputados 'non grato' a Fox
Empezó la resistencia civil contra el desafuero	Llevar su protesta hasta San Lázaro
Desafuero: vuelta al autoritarismo	Cierra PRD filas con AMLO
Ánimos desbordados en el Zócalo	...Y su remoción depende de un juez
Desafuero: ilegal e injusto	Cronología del dictamen de la Sección Instructora
Zapatismo quedó atrás y en el fondo	Acusan PRI y PAN delito
El lopezobradorismo también debería quedar atrás	Halla PGR omisión
Sabandijas como ustedes merecen todo mi respeto...	Amarres
El pejelagarto no logró engañar al mesías	Argumentan su dictamen
	Señala Duarte error de origen en la denuncia
	Programan juicio para el 7 de abril
	Nuevos Cuadros
	Enfrenta Dictamen a los 4 instructores

verdadero...	Acomoda PRD estatuto para postular a AMLO
Sin careta, el "gobierno del cambio" ya no puede simular: López Obrador	Revira López Obrador argumentos de priista
Confirman los 65 cenecistas en San Lázaro rechazo a la inhabilitación	Amenazan campesinos con bloqueos
Decepcionada, dejará de emitir su voto	Invaden cruce con protesta
Apoya a López Obrador	Evade el desafuero dirigente del PVEM
Con dictamen irregular, el jueves consumarán juicio de procedencia	Quiere Barrio a Jefe del GDF en contienda
Integrantes de la sección instructora de la Cámara de Diputados, durante la presentación del dictamen	Delinea AN argumento para juicio
Con dictamen irregular, el jueves	Otra vez, una nación a la espera
PRI y PAN protegen de nuevo intereses de un grupo compacto: López Obrador	Calderón en Reforma ¿Cómo quién?
Pide Bartlett a diputados priistas no acatar "línea" de Madrazo	Plaza Pésame
PRD: el siguiente paso del gobierno federal será acusarnos de violentos	Campaña en Atizapán
Cercana, una revolución social	Arranca PRD su campaña
Arrecian panistas ataques contra el jefe de Gobierno	Cerca de mil perredistas
Se ha puesto en entredicho al gobierno mexicano: catedráticos	Anuncian legisladores acciones antidesafuero
En riesgo, la estabilidad social del país: campesinos	Acusa López Obrador retroceso de 30 años
El tiro por la culata	Los diputados perredistas
¿Por qué el PRI?	Denuncian PAN agresiones por dictamen
El desafuero	Instalan redes ciudadanas para el proyecto alternativo
Gobernabilidad en el DF, en manos de todos los partidos: Reyes Gámiz	Es una canallada.- Cárdenas
	Y WSJ alerta sobre riesgos
	El reencuentro
	¿Nuevo Gallo?

Espera titular de la SSP manifestaciones pacíficas	Exhorta la CNDH a civilidad
López Obrador instó a los integrantes del GDF a desechar el enojo y la tristeza	Acciones Conjuntas
El desafuero es una "detestable intromisión" en la ciudad: PRD	Ofrece Cárdenas apoyo a lucha del Jefe de GDF
Emplaza Bátiz a diputados a no repetir la historia de sumisión	Rechaza López Obrador provocaciones
Pide Líder del PAN-DF resistencia civil pacífica	Prevén diputados recinto alterno
Primero hablaré al pueblo, luego a diputados: AMLO	El desafuero de AMLO
Expondrá su plan de acción; "por verse, que me eliminen de 2006"	Participación pro AMLO
El desafuero, muestra de la degradación de Fox: intelectuales	Crimen y estupidez
Bursamétrica: la decisión de PRI-AN causará volatilidad financiera	Templo Mayor
En el pleno extraordinario del Consejo Nacional del PRD, Cuauhtémoc Cárdenas expresó su solidaridad con AMLO	Papa carismático
¿Darle callo a la República?	Va derecho
Juicio a López Obrador, retroceso en Derechos Políticos	Tiempo de Negocios
"A los adversarios políticos se les vence en las urnas"	Desafuero del alcalde del DF sería dolor de cabeza para democracia e inversionistas
Pide a diputados votar contra el desafuero	Preparan al DF para el desafuero
López Obrador hablará el jueves en el Zócalo, antes de ir a San Lázaro	A toda marcha
La justicia ha muerto	El citatorio
Día D en San Lázaro	Lanzan campañas masivas
Apoyo institucional de Cárdenas a López	Llevar al Peje en la piel
	Adelanta AMLO su mitin
	Organizan la defensa jurídica
	Está por verse si me aniquilan
	Presume Procuraduría índices sin precedentes
	Inquieta desafuero

Obrador	Se entregara AMLO al juez
Prevé el PRD reformar estatutos para registrar al jefe de Gobierno	Toma PFP San Lázaro
Comienza esta semana la batalla legal, anuncia Duarte	Acusan a Fox por desacato
Descartado para el PAN, aplicar alguna salida política en el jurado de procedencia	Prevén en la Cámara un juicio prolongado
Se esta construyendo un fraude electoral anticipado: intelectuales	15 minutos más
Se alienta la volatilidad: Bursamétrica	Descalifica Instructora argumentos del GDF
Fox, PRI y PAN, responsables si irrumpe la violencia: Godoy	Aclara PGR que aprehensión no lo inhabilita
¿Darle callo a la República?	Busca PRI emitir voto en bloque
Prepara el PRI actos de provocación	A piedra y lodo
Regresan con Fox tiempos de autoritarismo: historiador	Empaña a democracia desafuero, dicen en EU
Señala el STUNAM "acción de represión política"	Inconforma proceso a Vicencio y Corral
Cartel elaborado por Alfonso Esparza para manifestarse contra el desafuero de López Obrador	Insultante insultado
Gritos de pánico	Canal del Congreso
Marcos Martínez Gavica, presidente de los banqueros de México, asegura que no habrá inestabilidad económica si procede el desafuero de López Obrador	Incertidumbre
Ley para todos	Duelo
La Red Nacional de Jóvenes con AMLO convocó ayer a nueva etapa de resistencia civil pacífica...	Apachurramiento moral
Plantea Villavicencio congelar relación con legisladores de PRI, PAN y PVEM	Déficit monstruoso...
	Traza López Obrador plan por inhabilitación
	López Obrador dijo estar listo
	Plantea AMLO tiempos de salida
	Acusa AN un nuevo desacato
	Miden con distinta vara
	Garantizan seguridad

¡Todos contra el desafuero!	Piden a diputados apegarse a la ley
Ayunos universitarios contra el juicio de procedencia	¿Protesta o una moda?
Llaman a la Cámara de Diputados a no socavar la República	Laboran horas extra por AMLO
Beltrones afila la guillotina contra López Obrador	Inician ayunos
Amenaza con cambiar la sede del jurado si hay "disturbios"	Velan armas
En el dictamen, SI desechó toda prueba y alegato del gobernante	Por toda la ciudad
La voluntad popular es lo que está en juego: el titular del GDF	Ofrece Jefe Delegacional llevar 2 millones al Zócalo
No regateo mi apoyo a AMLO señala Cárdenas	Hacen carpa
Los operarios de la guillotina	El día que viene
Aclaración de Cuauhtémoc Cárdenas	Sellan a San Lázaro
Desafuero	Desploma nerviosismo a la BMW
Pide a diputados recapacitar sobre el desafuero	Admite Monreal temor por atentado
Formato con el menor costo político, acuerdan PRI y AN	Ven riesgo de cárcel de máxima seguridad
Doble golpe	Redoblan vigilancia para el tabasqueño
Medios y Miedos	Abdica el Presidenta ante Salinas.- AMLO
Justicia para los jueces	Causa común
Una inferencia llevó a PRI y AN a culpar a López Obrador	Augura PGR rápida separación de cargo
Justicia tan padrísima	Prevé López Obrador resistencia prolongada
Madrazo está interviniendo: Bartlett	Llega PRI fracturado para votar desafuero
Plenas garantías del GDF a la Cámara de	Nueva York
	Estrategia porril
	Acuerdan revertir reforma perredista
	Refuta Vicente Fox a Corredurías de EU

Diputados	Que soberbia
Sin posibilidad real de competir el PRD no debería ir a las elecciones: López Obrador	El pagano
Grandes sindicatos y organismos campesinos se suman a la resistencia	Inestabilidad financiera
"Castrados y sin criterio", quienes voten a favor: Ávila Nevárez, diputado priista	La vía del desafuero
Pide la ALDF a la Cámara suspender el dictamen	Pretende Döring más ilícitos
No procede suspensión en caso de que se pierdan derechos políticos	Niega Creel que haya 'mártires'
Sufragio Efectivo, No Desafuero	Piden vecinos concluir el camino de El Encino
Un agravio para él, es un agravio para todos	Ironiza el 'jefe' Diego con sustitutos
Programas de Partidos Políticos	Ahora sí, a trabajar
El desafuero y la política	30 minutos
Oscurece	La turbulencia
El desafuero sacude tasas, Bolsa y peso	Despotismo porvenir
Las benditas exequias	Voto de castigo
Ramírez de la O: inversionistas extranjeros sufren ya graves pérdidas	Lideres municipales
Los mercados financieros, sin problema alguno, sostiene Fox	Organizarán comités movilización pro AMLO
Chuayffet no logra apoyo unánime priista para la inhabilitación	País reprobado
Mantiene López Obrador su decisión de no contratar abogados	Tormentón
Llamado a la cordura	Aceita el sol azteca aparato de acarreo
Ancianos en apoyo de López Obrador	Por la noche
	No nos vamos a dejar
	Gasta Asamblea \$653 mil en spots
	Reparten invitaciones educadoras familiares
	Van al mitin ambulantes

Solidaridad de la UAM	Recurren a celulares
Contra la agresión a la democracia	Llevan a estudiantes de las prepas
Convulsión financiera por el proceso a López Obrador	Los ambulantes...
Las benditas exequias	La estupefacción
Negruras	Toma perredismo Zócalo para mitin
Castigo a Laura Valdés	Distribuyen la plaza
Inversionistas extranjeros se sienten engañados por el gobierno: experto	Dobletean chamba en protesta
Acto nocturno en el Zócalo, en apoyo del JGDF	Usa Bátiz ALDF en pro de AMLO
Spot Publicitario	Acarrean a judiciales
Previsiones de la PGR	No al desafuero
"Vamos por el camino correcto", asegura Fox	¿No se te ofrece nada de Roma?
Postdesafuero: pleitos, venganzas y traiciones del Tucope	Castañas al fuego
Se resiste bloque del PRI a someterse ante Chuayffet	Desafuero anunciado
Emilio Chuayffet, del PRI, y Pablo Gómez, del PRD, entre otros, durante la sesión legislativa	Dice AMLO adiós
López Obrador: algo teme la conciencia de Beltrones	¿El ultimo día?
"Esté tranquilo", sugiere Encinas al presidente camaral	De desacato a desacato
Sufragio Efectivo, No Desafuero	Pega desafuero a bonos mexicanos
Aprehensión fuera de San Lázaro, posible: Monreal	El hombre de la PGR
Emular al mártir de la democracia o al traidor, disyuntiva que plantea el PRD al	¡No al desafuero!
	Lleva desafuero MP investigado
	Minuciosos
	Alistan seguridad
	Se evitará violencia
	Rehúsan en PRI votar en bloque por el desafuero

pleno legislativo	Perfilan votación
Manifiesto en contra del desafuero y en defensa de la democracia	Ofrece PAN apoyar 'lluvia' de denuncias
PRI y PAN ya pactaron con el Poder Judicial inhabilitar a López Obrador	¡Andrés no esta solo!
La fecha de consignación determinará quién será el juzgador	Burlan seguridad
PRD recibe a sus contingentes con una verbena en el Zócalo	Descarta Creel 'justicia selectiva'
Un agravio para él, es un agravio para todos	Confía Vicente Fox que siga estabilidad
Advierten católicos sobre riesgo de ruptura social	Recuerdan al bisabuelo porfirista
Con paz y amor defenderemos a López Obrador	Perciben en EUU retroceso si procede inhabilitación
Sólo la organización popular podrá "descarrilar el golpe de Estado"	Censuran CMIIN a corredurías
Durante el foro convocado por la Casa Lamm y La Jornada...	Abogan Jackson y Muñoz Ledo por tabasqueño
¡Todos al Zócalo!	Queremos avanzar a la democracia por el camino de la concordia
Suspiciacia por visita de Salinas Pliego y Azcárraga a Los Pinos	¡No al desafuero!
Santiago Creel minimiza protesta de los cartonistas	Después del desafuero
Simpatizantes de López Obrador toman la alcaldía de Paracho	Un trueque perverso: oro por cacahuates
La CNTE decide no participar en protestas	En el desamparo
No te dejes engañar, AMLO es inocente	Un llamado a las mujeres
Mexicanos residentes en NY se manifestaron ayer frente a la sede del consulado nacional en esa ciudad...	Los medios de la demagogia
Sí a la Justicia, Sí a la Democracia No al	Marcapasos
	Opción: perder o perder
	Nuevo crack de bonos
	Por todos los rincones
	Tapizan carteles las calles
	Prevén comercios pérdidas
	La plaza de la Constitución quedo lista

desafuero	ayer
Contexto para el desafuero de López Obrador	Ponen troles y micros a los manifestantes
PRI y PAN: tan visionarios	75 trolebuses darán servicio exclusivo a los manifestantes
Delitos y penas en la democracia incipiente	No al desafuero
Lejos de certidumbre, el gobierno de Fox transmite temor	Reinaldo Miranda, militante del PRD, repartió ayer volantes
Aún no atienden herida de bala a preso oaxaqueño	ABC del desafuero
Los priistas José Medel, Manuel Jiménez Guzmán y Mauricio López intercambian puntos de vista con los perredistas Alfredo Hernández...	La última y nos vamos
La PGR, fábrica de delitos	La víspera
Ataque a ultranza del gobierno federal contra la administración del DF: Bátiz	López Obrador se despidió ayer de su gabinete
A todos los trabajadores universitarios	Exigen intervención de la CNDH
El tema del desafuero no ha detenido inversiones en la capital: Jenny Saltiel	Contrastes del desafuero
Laura Itzel Castillo, hija de Heberto Castillo, amigos y familiares montaron una guardia de honor frente al busto del luchador social	Prepara Asamblea la sustitución
Marcha-caravana contra el desafuero	Por si algo faltara
Contingente de Ciencias Políticas	Toma Encinas relevo
Repulsa al desafuero en capitales financieras	...y el PRI interviene en cambio
Washington Post: inhabilitarlo traerá graves consecuencias políticas y económicas	Pase de estafeta
La Bolsa sigue volátil; bajó ayer 1.06%	La zona del caos
Creel orquesta en tv cuantiosa campaña en	Cae AMLO y acusa
	...Va contra todos
	Resiste la ALDF
	Y ahora...¿Qué viene?
	Se enfila López Obrador al 2006
	Endurecen ataques

contra nuestra: GDF	Ordena AMLO calma
Ningún registro oficial de la organización; sus mensajes por el desafuero se transmiten en horario estelar	Arranca resistencia
Medios de EU y Europa se unen al no	¡El desafuero: La lucha comienza!
Terminó una etapa; comienzan nuevos tiempos	El jueves del patíbulo
Golpe contra todos	Vive Jefe de Gobierno jornada sin sorpresas
Mexicanos en el extranjero apoyan a López Obrador	Asume PAN costos políticos.- Espino
¿Quién está detrás del gobierno del cambio?	Actitudes Caudillistas
La protesta civil y pacífica, opción de los ciudadanos	Desatados
Reprueba Wall Street la estrategia usada por Fox contra López Obrador	Oportunidades para todos
Empleados administrativos de la fracción parlamentaria del PRD se manifestaron en San Lázaro	Afirma Vega que López Obrador miente para lograr impunidad
Los irresponsables	Acusa tabasqueño a legisladores de actuar por consigna
El desafuero de sí mismo	Otros trabajamos
Llegó el día	Cambio de opinión
Eliminar a López Obrador, retroceso democrático: Post	Cumplir la ley
La inhabilitación repercutirá en los mercados, señala el Capem	Enreda a diputados separación del cargo
Un presidente responsable	Evitan en debate aspecto jurídico
Sigue la caída de la BMV ante la incertidumbre del caso López Obrador	Histrión
The Washington Post: el próximo presidente quedará desacreditado ante el mundo	Deciden priistas entre amenazas
	La ley es el único límite a la arbitrariedad: Carlos Javier Vega Memije
	Señoras y señores legisladores
	Deja Creel el caso en manos de la ley
	La seguridad en el recinto legislativo
	Monitorean en Los Pinos a tabasqueño

Nerviosismo económico, "evento natural": Sojo	Comunicado del Grupo Parlamentario del PRD en la Asamblea Legislativa del DF
"Pues la Bolsa siempre sube y baja": Creel	Legalidad
Yo sí cumplí, el gobierno de Fox no: López Obrador	Las conspiraciones
Creel, detrás de los spots contra el GDF: Encinas	Si es inocente...¡flotará!
Salinas "debatirá desde Los Pinos"	¿Y ahora qué?
Chuayffet operó para Madrazo y los priistas aprobarán hoy el dictamen	Después del desafuero
En el Zócalo	Despeñadero
El PVEM dividirá su voto; la mitad apoyará a López Obrador	Da AMLO espaldarazo a Plevinsky
58.8% se opone a la inhabilitación	Le pediré al Papa por Andrés Manuel
"Sistema de alerta" perredista para evitar las provocaciones	Ordena AMLO calma
Protesta perredista en Xicoténcatl; PRI y PAN abandonan el recinto	De salida
CC. Diputados y Diputadas: ¿hoy por quién van a votar?	La última jornada
Descarta la PGR inestabilidad en el país	Esperando a los bárbaros
Escenarios legales	Para la historia
Sólo la ALDF puede nombrar al jefe de Gobierno sustituto: expertos	Una jornada interminable
La PGR no podrá consignar a López Obrador esta semana	Tras su discurso en la cámara
En el GDF, las cavilaciones se concentran en el viernes	Patria para el humillado
Pronunciamiento de los gobernadores del PRD	Rechaza Asamblea desafuero de AMLO
El desacato, por acuerdos comerciales:	Al pendiente
	"Estamos de luto, cabrón"
	Festegan en falso los perredistas
	Quieren guerra, guerra tendrán
	Abundan ataques
	Arranca la resistencia
	Los autobuses fueron uno de los medios

AN	de transporte más usados
Sella la PFP San Lázaro	Las personas con capacidades diferentes llegaron en micros
Grupo civil fantasma patrocina onerosa campaña televisiva contra López Obrador	El ayuno, el calor, el cansancio
La inhabilitación tendrá serias repercusiones en el 2006: CEM	"El DF debe seguir demostrando que tiene un equipo que está trabajando"
CC. Diputados Federales de las Fracciones Parlamentarias del PRI y del PAN	Todo se ha consumado
PRD busca el apoyo externo para el jefe de Gobierno	Así lo vivieron
Destacan medios extranjeros riesgos del juicio de procedencia a López Obrador	Los viejitos formaron uno de los sectores más numerosos
En proceso de construcción un México "saludable" afirma, Fox	Premian con 'lunch' a acarreados foráneos
Señores diputados: escuchen la voz del pueblo detengan el desafuero	La vehemencia estuvo a flor de piel
A los Diputados Federales. Al pueblo de México	Llegan los 'panteras' y 'villistas' al Centro
Maximato bis	Dejan 'colgados' a simpatizantes de AMLO
Vamos a ganar	Los taxistas piratas salieron sin temor
Hora de riesgos	Votación final: 360 a favor del desafuero
El desafuero y los mercados financieros	Descartan impacto para la economía
El charrito de Bucareli ahora resulta experto en finanzas	Juicio de desafuero
Insta López Obrador a seguidores a dejar el Zócalo tras su mensaje	En el día del desafuero
Apremian diputados a la CNDH a fijar postura sobre el desafuero	De concreto
Integrantes del grupo parlamentario del PRD en la ALDF acudieron a la CNDH...	Sin López Obrador... el PRD también es competitivo
Instalan operativo para garantizar	Amaga Senado a asambleístas
	Deja AMLO al GDF
	López Obrador realizó la mañanera en un parque cercano a su departamento
	Desata caos omisión de los instructores

seguridad de asistentes	El Rey
Participarán en el mitin 13 delegados	Lo llaman víctima
Responsable, la política financiera en México; garantiza estabilidad: Fox	Ven móvil político
¡Contra el desafuero!	Consignan retiro
Critican diputados uso político del duelo católico	Divide desafuero a gobernadores
Pronunciamiento en contra del desafuero	Acusan maniobra
Desafuero y estado de excepción	Temen polarización
Se atenta contra la democracia	Descarta Vega campaña desde la cárcel
El tabasqueño no es un delincuente	Marca UE distancia
El estado de derecho, "sujeto a caprichos"	Contracampaña
¡No estoy solo!	Decide AMLO dejar las oficinas del GDF
López Obrador: deshonrosa trama de Fox y Azuela para desaforarme	Primer paso
Acatan el PRI y el PAN la orden de mayoritar la inhabilitación	Busca el PAN ganar espacio en la capital
El tabasqueño, en un Zócalo repleto, convoca a no caer en la provocación	Apresuran en el PRD elección de candidato
Yo acuso	Defiende Campa voto en contra
La oligarquía de siempre	Deplorable acto
Expresa su vergüenza por la sesión de ayer en la Cámara	Presume Presidente legalidad en México
Ni nos afligimos ni nos aflojamos	Mayor atropello
Denuncia gráfica	Torpe actuación
Cumple la mancuerna PRI-PAN y despoja del fuero a López Obrador	¿Nos consultaron?
360°	Congratulados
	Cancelan gira de Fox a Guerrero
	Democracia descarrilada
	El foxazo

Para entender el desafuero	Que sigan los desafueros
Torcido y pestilente	Igualados
Fox actuó con dolo para degradar las instituciones, acusa López Obrador	País ejemplo
Lección de dignidad	Regeneración y purificación
AMLO, al pronunciar su discurso ante el Pleno de la Cámara de Diputados...	Buen precedente
"¡Muera El Peje!", solitario exabrupto en festejo virtual	Pide ALDF a la Corte suspender desafuero
La farsa	Ausencia Presente
¡El desafuero: la lucha comienza!	Le dejan su silla vacía...y su parque podado
Con manos de seda, el manejo de la multitud	¡Oríllese a la Grilla!
The <i>Financial Times</i> : podrían volver las crisis de fin de sexenio	¡Mami, tengo ganas de hacer pipí!
La perturbadora turba	Reprueba la oposición mayoriteo perredista
Transparencia	Notifican al GDF resultado del juicio
Con 360 votos, el revés a López Obrador	Violan la Constitución'
López Obrador convoca desde el Zócalo a movilizaciones pacíficas	De pasadita al salir de clases
Encomia el PRD la incorporación de líderes civiles	Reta AMLO al Procurador
Duro y al centro	Al momento de salir del edificio AMLO fue recibido con aplausos y peticiones
¡No estás solo!, coro de los perredistas en San Lázaro	Descarta tabasqueño 'desgobierno' en el DF
Señoras y Señores Legisladores:	Festegan la caída del PRI
"No vamos a permitir que se consume esta canallada"	Nueva sede
Vega Memije: López Obrador no podrá justificar el abuso de poder que cometió	'Tiene que ir la inteligencia por delante'
	Es indignante
	Que marranada

El subprocurador, ligado con actos de represión y tortura en Guerrero	Sin esperanza
Maniobran PRI y AN para nombrar al sucesor del jefe de Gobierno del DF	Rezan por AMLO
Asumiremos cualquier costo político: Espino	Acota PAN posibilidad de que medie Senado
Leonel Godoy, Martí Batres y Agustín Guerrero durante un mitin en el Zócalo	Notifica Cámara resolución a la PGR
No "prejuzgamus", afirma el CEN priista	Descartan en el PRI plan postdesafuero
La concentración que supero todas las expectativas de asistencia para apoyar a AMLO	Duelo de mentirosos
Un Zócalo a reventar y una larga lista de agravios individuales y colectivos	Plaza Pésame
México está en paz porque es un país de leyes: Creel	Personalidad múltiple
El lunes, la consignación de López Obrador ante el juez, calcula la PGR	¡Que se larguen todos... los políticos!
Denuncian senadores cooptación y presiones a legisladores del PRI	Retoma GDF ataques a Fox
Federico Döring, del PAN, también se pronunció a favor del dictamen	Reta a la PGR el perredismo
López Obrador tranquiliza los mercados	
Simpatizantes del político tabasqueño siguen el debate de los diputados desde las pantallas	
Televisa y Tv Azteca quedan a deber en la cobertura del proceso en San Lázaro	
Los reporteros echaron mano de todos los recursos para seguir de cerca el desenlace de la sesión de desafuero	
Concentración en el Zócalo atrae atención de medios extranjeros	
Frente a la corrupción de la democracia, la	

<p>resistencia</p> <p>AMLO durante el mitin en el Zócalo</p> <p>Destacan intelectuales la ética de López Obrador</p> <p>Juicio grotesco y bárbaro: artistas y escritores</p> <p>Carlos Monsiváis, al salir del Palacio Legislativo de San Lázaro...</p> <p>El pueblo se volcó al Zócalo</p> <p>Miles de personas asistieron al mitin convocado por AMLO...</p> <p>Manifestaciones de apoyo en los estados</p> <p>Manifestaciones contra el desafuero de AMLO en Acapulco</p> <p>ONG censuran la decisión</p> <p>Participantes en el mitin en apoyo de AMLO, en el Zócalo capitalino</p> <p>El JGDF se dirige a su domicilio, luego del discurso en la Cámara de Diputados</p> <p>Efectos del desafuero</p> <p>Anuncian agrupaciones del agro acciones de resistencia civil</p> <p>La deshonra</p> <p>Crónica de una canallada anunciada</p> <p>Accionaron los priasnistas la guillotina sobre López Obrador</p> <p>Plaza llena de indignación, que fue apaciguada tras el llamado a la resistencia civil pacífica</p> <p>Interpondrá hoy la ALDF una controversia contra el desafuero</p>	
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<p>Más de 330 mil personas en la plancha del Zócalo: reporte de la base Morelos</p> <p>La ciudad no dejó de funcionar</p> <p>Asistentes al mitin contra el desafuero del jefe de Gobierno lloran tras conocer el resultado de la votación en la Cámara de Diputados</p> <p>Falló al gobierno federal el designio de la violencia</p> <p>Atentan contra miles de ciudadanos la alianza "perversa" PRI-PAN: Batres</p> <p>Ayer, jornada de ira, llanto y... serenatas</p> <p>Vecinos de la delegación Iztapalapa rezaron ayer un rosario afuera del domicilio del JGDF</p> <p>Comenzaron acciones para organizar la marcha</p> <p>Reportan autoridades de la SSP saldo blanco tras concentración en el Zócalo</p> <p>Por la noche continuaron las manifestaciones de apoyo al JGDF afuera de su domicilio particular</p> <p>Vega Memije lanzó su sentencia con arenga más política que jurídica</p> <p>Crispación en San Lázaro. Carlos Vega Memije</p> <p>Vuelven mercados a la calma tras llamados de AMLO a la no violencia</p> <p>Intelectuales: fue un acto grotesco y bárbaro; un asalto a la democracia</p> <p>Manifestación en el Zócalo</p> <p>Juicio político a quienes votaron por el desafuero, plantea Carrancá</p> <p>Pronostican prensa y analistas de EU días</p>	
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<p>aciagos por la maniobra camaral</p> <p>López Obrador es aún jefe del GDF: diputados y juristas</p> <p>El gabinete capitalino en el pleno pronunció una declaración de rechazo al desafuero y respaldo al gobernante afectado</p> <p>El codo borra lo que escribe la mano</p> <p>¿Está perdida la República?</p> <p>Se protege a unos y se aniquila a otros</p> <p>Menciona el caso de Jesús de Nazareno</p> <p>Prevaricadores en la Cámara de Diputados</p> <p>Violaron diputados la Constitución: Carrancá</p> <p>En el funeral</p> <p>Buscará la PGR llevar al jefe de Gobierno al penal de Matamoros, prevé Álvaro Arceo</p> <p>Carta de Andrés a los mercados</p> <p>El lleno del Zócalo más significativo porque era día laboral</p> <p>López Obrador sigue en el cargo, rectifica Beltrones</p> <p>De tajo</p> <p>Pide ALDF a la Corte suspensión del dictamen</p> <p>Rehúye Creel responder a las acusaciones de López Obrador</p> <p>El poder sin límites abomina del derecho</p> <p>Suertudo</p>	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Murió Pobre	
Calambres	
Parece que fue ayer	
Los mariachis callaron	
Habrá conferencias de prensa matutinas hasta que se pueda, dice el jefe del GDF	
Fox presume en Roma el ejemplar proceso en San Lázaro	
En 10 días, consignación de López Obrador a un juez del DF: Vega Memije	
Respetable, la decisión de la ALDF	
Carlos Javier Vega Memije, durante la sesión en que se aprobó el desafuero de AMLO	
La PGR no acosa proyectos de gobierno, señala Macedo	
Tiempo de bufones	
Resistencia Civil y Pacífica	
Decisión "desafortunada": medios de EU	
Enseñando el cobre	
El juicio de procedencia rompió la legalidad	
Aumentarán las tensiones políticas y sociales, advierte la firma Merrill Lynch	
La tensión política amenaza a los papeles de inversión nacionales, según Merrill Lynch	
Concentración en apoyo a López Obrador	
Amaga comisión del Senado con desaparecen los poderes en el DF	
Estudiantes de la Facultad de Odontología	

<p>de la UNAM</p> <p>Cárdenas y López Obrador, indispensables para el PRD</p> <p>En estados, intelectuales y políticos repudian decisión</p> <p>La inhabilitación, negativa para el país: académicos e investigadores</p> <p>El secretario general de las ANUIES, Jorge Luis Ibarra Mendivil, celebró que las movilizaciones de apoyo a López Obrador se hayan dado en un marco de civilidad</p> <p>Destacan ONG inconsistencias jurídicas</p> <p>Ha sido un gran gobernante</p> <p>Pide la ALDF a la Corte suspensión...</p> <p>Convenio CNDH-PUEBLA</p> <p>El cargo le ha quedado grande a Fox y el desafuero lo "hundirá": Raúl Vera</p> <p>Raúl Vera López y José Guadalupe Martín Rábago, en imagen de archivo</p> <p>Amplia cobertura del proceso en la prensa mundial</p> <p>Expresa Izquierda Unida su solidaridad a López Obrador</p> <p>El rostro de la coalición PRI-PAN</p> <p>Andrés Manuel López Obrador, problema de seguridad</p> <p>AMLO, ayer en la Cámara de Diputados</p> <p>Para gobernar, PAN o PRI "tienen que quitarnos a la fuerza": Ebrard</p> <p>Asistentes al Zócalo en apoyo al JG responden con gritos de "No estás solo" al discurso que éste dio ante mas de 300 mil</p>	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<p>personas el jueves</p> <p>Simpatizantes perredistas observan el tablero de votaciones de San Lázaro en el momento en que los diputados decidían el desafuero de AMLO</p> <p>López Obrador, jefe de Gobierno; quien no esté de acuerdo que vaya a la Corte: Batres</p> <p>Berta Maldonado La chaneca; la escritora Elena Poniatowska; el diputado José Francisco Ortiz Pinchetti, y el líder del PRD-DF Martí Batres, integran el comité ciudadano que se organizó ayer</p> <p>Emprende PRD plan de acción en defensa del Ejecutivo local</p> <p>Ayunarán frente a Los Pinos senadores perredistas</p> <p>La controversia que presentó ALDF no causará ingobernabilidad: Encinas</p> <p>Vecinos de Coyoacán le dan serenata a López Obrador</p> <p>Coraje y voluntad de acción en el ánimo de los capitalinos</p> <p>Colonos de Santo Domingo, Coyoacán llevaron mariachis a AMLO para manifestarle su apoyo</p> <p>Beltrones tramaba la injerencia del Senado</p> <p>Ecos del desafuero en Paris</p> <p>Monta Santiago Vasconcelos acto para intimidar a López Obrador</p> <p>Apura López Obrador a la PGR a que lo consigne ante un juez</p> <p>Una misa, pretexto para intimidar al jefe de Gobierno</p>	
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<p>El PRD declarará la guerra si trasladan a López Obrador a una cárcel federal</p> <p>Posible denuncia penal perredista contra Vega Memije</p> <p>Las muestras de apoyo continúan frente a la casa de AMLO</p> <p>Buscan que se respeten derechos políticos del jefe de Gobierno</p> <p>Diputados, sin atribuciones legales para destituir a López Obrador: Pablo Gómez</p> <p>Acusa el PRD a Beltrones de sembrar la ingobernabilidad</p> <p>Despojado del fuero López Obrador dejó de ser gobernante</p> <p>Foxio Pilatos</p> <p>Postdesafuero</p> <p>México lindo y querido (pero desde lejos)</p> <p>Preso Político</p> <p>Miembro de la instructora del Pemexgate: los implicados debieron ser desaforados</p> <p>Diputado blanquiazul con historial de desacato</p> <p>Obispo de Tampico cuestiona el proceso en San Lázaro</p> <p>Movilización civil, la única esperanza: activistas europeos</p> <p>Vecinos de la delegación Gustavo A. Madero rezaron frente a la casa del JGDF, para que salga de sus problemas</p> <p>Protesta de mexicanos en la capital de Francia</p> <p>"Forma ilegítima de quitarlo de la carrera</p>	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<p>presidencial"</p> <p>Pareció concertada la transmisión en tv del juicio a López Obrador: Felipe Vicencio</p> <p>La vida (breve) en San Lázaro</p> <p>PRD: acto "cínico e insultante", la excarcelación del funcionario</p> <p>La credibilidad de la PGR, en entredicho</p> <p>Santo súbito y siniestra sonámbula</p> <p>Desafuero: lo conquistado y las hipótesis</p> <p>¿En el mismo barco?</p> <p>Salieron del país \$5,100 millones en la semana previa al desafuero</p> <p>Soslaya la IP el efecto en la economía</p> <p>La canallada</p> <p>Legal, la controversia interpuesta por ALDF, rectifica David Jiménez</p> <p>AMLO, acompañado de su hijo José Ramón</p> <p>Rechaza Encinas que la Asamblea Legislativa actúe con "Rebeldía"</p> <p>De haberse aprobado la reforma política del DF, no habría desafuero: Jesús Ortega</p> <p>Rezan vecinos por López Obrador</p> <p>Vecinos de la colonia Copilco Universidad acudieron ayer a la casa de AMLO, para rezar por que el juez al que le corresponda llevar su caso determine el no ejercicio de la acción penal</p> <p>Coadyuvarán autoridades federales y locales en la seguridad local: Joel Ortega</p>	
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

